

Andalucía

ECONOMICA

Nº 380 • 3€



Cooperar para avanzar



Entrevista: Luis Miguel Jurado, presidente de Faecta • Cooperativismo agroalimentario • Cooperativas de vivienda • Centros de enseñanza cooperativos • Ayudas públicas • Apuesta por la innovación • Opiniones: AndalucíaEScoop; Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo • INFORME: El sector de la defensa en Sevilla y su provincia • Líderes de Nueva Generación: Estefanía Ferrer. Fundadora y CEO de Lico Cosmetics • Almuerzo-coloquio: Portugal Andalucía. Relaciones empresariales y comerciales • Almuerzo-coloquio: La descarbonización en la industria • Mesa de Redacción: Retos de la predicción económica • Presentación del XXV Barómetro de Expectativas Empresariales • Inversión: Una OPA interminable, entre polémica y controversia

Plan de Estímulo a la Inversión

Para que tu empresa crezca, necesitas un plan

En CaixaBank tenemos el mismo objetivo que tú: que tu empresa avance. Con el Plan de Estímulo a la Inversión (PEI) conseguirás la financiación¹ que necesitas con una estrategia hecha a tu medida.

- **Siempre a tu disposición**, con el trabajo de más de **2.200 profesionales**.
- Con una **estrategia personalizada**, ya que analizamos tus necesidades y oportunidades de negocio.
- Una **solución financiera pensada para ti**, porque trabajamos para ofrecerte una que se adapte a tus retos.



Tenemos un plan para ti.
Contacta con tu gestor para más información o visita
CaixaBank.es/PEI



EDITA

Andalucía Económica, S.A.

PRESIDENTE

Francisco Herrero León

CONSEJERO DELEGADO

Salvador Fernández Salas

CONSEJO ASESOR

Manuel Contreras Caro
Carlos Contreras Manrique
Antonio Fornieles Melero
Javier González de Lara
Ramón Jiménez Jiménez
Juan Llobel Buigues
Antonio Luque Luque
Luis Miguel Martín Rubio
Francisco Martínez-Cosentino
Estanislao Martínez Martínez
Francisco Mesonero Fernández de Córdoba
José María Pacheco Guardiola
Gabriel Pérez Alcalá
José Romero González
Guillermo Sierra Molina
Miguel Ángel Tamarit Campuzano
Javier Targhetta Roza

CONSEJO DE REDACCIÓN

Patricia Balbontín del Valle
Alfredo Chávarri de la Fuente

Jefa de Redacción

Patricia Balbontín del Valle

Edición-Diseño y Ranking

Lola Fernández Rodríguez

Redactores y Colaboradores

Isabel G. Suero, Antonio Pedraza,
Nicolás Sierra, Francisco Cantón.

Fotografía

Raúl Caro | Jesús Domínguez (Málaga)

DIRECTOR GENERAL

Alfredo Chávarri de la Fuente

COORDINADORA DE PUBLICIDAD

M^o del Mar Torralbo León

ADMINISTRACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Ana Labrador Jiménez

Diego de Riaño, 3 Principal derecha
41004 Sevilla

Redacción: 95 421 59 09

Publicidad: 95 422 83 06

Administración: 95 422 62 48

www.andaluciaeconomica.com

redaccion@andaluciaeconomica.com

andaluciaeconomica@andaluciaeconomica.com

Fotomecánica e Impresión:

Egondi Artes Gráficas. Sevilla.

ANDALUCÍA ECONÓMICA es una publicación plural. Los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores. ANDALUCÍA ECONÓMICA expresa su opinión en su columna editorial. Los contenidos de la publicación pueden ser reproducidos, citando la fuente.

Precios de suscripción anual: 33 euros.

Complem. suscripción extranjero: 9 euros.

Dep. Legal SE-837-1990

Protagonistas Pag.4 Fondos europeos Pag.70 Transformación digital Pag.71
Universidad y empresa Pag.72 Noticias Pag.90 Economía, Parqué y Mercados
Pag.92 Fiscalidad Pag.96 Finanzas Pag.98

EN PORTADA: Cooperativas

Cooperativismo: fuerte impacto social y económico, pero escaso reconocimiento	8
Entrevista: Luis Miguel Jurado Presidente de Faecta	12
Más de 305.000 agricultores y ganaderos eligen el cooperativismo como modelo empresarial	16
Opinión: Juan Rafael Presidente de AndalucíaEScoop	20
Cooperativas de vivienda: qué son y cómo funcionan	22
Alta demanda de los centros de enseñanza cooperativos en Andalucía	24
Opinión: Rocío Blanco. Consejera de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo	26
Ayudas públicas para ganar competitividad	28
Las empresas cooperativas andaluzas apuestan por la innovación	30
Dcoop defiende el cooperativismo como la mejor manera de proteger a los agricultores	32
Bidafarma prioriza el bienestar colectivo sobre el lucro empresarial	33
Covap, un modelo de éxito agroalimentario que pivota sobre la innovación y la sostenibilidad	34
Covirán: 63 años como cooperativa	36
Macrosad Corporate, nueva identidad y nuevos retos	37
Empresas representativas	38



Líderes de Nueva Generación

Estefanía Ferrer. CEO y fundadora de Lico Cosmetics 44

Almuerzo-coloquio

Portugal-Andalucía: Relaciones empresariales y comerciales 60

Entrevista

Luis Vañó. Key Account Manager de Castillo de Canena 66

Empresas

Mercado Victoria: premiado por la excelencia en gastronomía, ocio y cultura en Córdoba 67

Monva refuerza su apuesta por los AOVE ecológicos 68

Formación

EIG Education lanza nuevos programas de actualización y mejora de la gestión directiva y el liderazgo 69

Almuerzo-coloquio

La descarbonización en la industria 74

Mesa de Redacción

Retos de la predicción económica 80



Noticias propias

Lleno en Córdoba en la presentación del XXV Barómetro de Expectativas Empresariales 84

INFORME:

El sector de la defensa en Sevilla y provincia 48



Preparados para 2025



Ana Llopis



Andrés Rodríguez



José de la Maza



Pablo López



Mariano Jiménez



Cecilia Hernández

2024 agota sus últimos días y las empresas andaluzas ya están preparadas para los nuevos retos de 2025. Precisamente, este año, la empresa sevillana Llopis Servicios Ambientales cumple su primer medio siglo de vida. La presidenta ejecutiva del grupo, **Ana Llopis**, ha detallado el programa conmemorativo diseñado, que tendrá un broche de oro muy claro: la inauguración de la Planta de Transferencia Industrializada, un hito para la firma. Esta inauguración será el primer paso de un ambicioso proyecto con el que Grupo Llopis dará un salto cualitativo y cuantitativo porque, una vez ejecutada plenamente la industrialización de la planta, se pasará de reciclar el 60% del volumen global a llegar al 85% con el nuevo sistema, un cambio que les permitirá una mayor separación, un crecimiento en la economía circular, más facturación y el incremento de la plantilla. Grupo Llopis conmemora, con este espíritu de crecimiento, la mítica fecha de los 50 años de existencia. Medio siglo de una firma pionera en Sevilla en la recogida de residuos en cubas, que revolucionó el mercado con la implantación de un novedoso sistema hidráulico y desde entonces no ha dejado de reinventarse para prestar un servicio 360º en materia medioambiental. Grupo Llopis cerrará 2024 con una facturación récord de casi 10 millones de euros y una plantilla por encima de los 130 trabajadores. Felicitamos también a la empresa Macrosad, grupo andaluz especialista en servicios de educación y cuidados a

personas, que ha culminado con la conmemoración de su 30 aniversario, que comenzó a inicios del año, con la celebración de un inolvidable evento en el que ha presentado su nueva propuesta de valor, ante más de 300 invitados, marcando así tres décadas de innovación, intergeneracionalidad y de crecimiento sostenible en el sector sociosanitario, acompañando a las personas en todas las etapas de su vida. El acto contó con la presencia de José Repiso, consejero de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad de la Junta de Andalucía; Francisco Reyes, presidente de la Diputación de Jaén; Agustín González, alcalde del Ayuntamiento de Jaén; Nicolás Ruiz, rector de la Universidad de Jaén; el CEO de Macrosad y presidente de Macrosad Corporate, **Andrés Rodríguez**. Hablamos ahora Aninver Development Partners, firma malagueña especializada en consultoría de cooperación internacional, que inicia una nueva etapa de crecimiento. Para ello, no solo ha redoblado sus esfuerzos en África –su mercado tradicional–, sino que ha puesto su mirada en el área Asia-Pacífico, una de las zonas emergentes con mayor proyección del planeta. La consultora, líder por volumen de contratos con el Banco Mundial, el Banco Africano de Desarrollo y el Banco Interamericano de Desarrollo, busca diversificar y elevar su presencia en nuevos mercados. El objetivo es respaldar su futuro despliegue en el área Asia Pacífico. Y no solo a través de las instituciones multilaterales, su principal aliado hasta ahora, sino apo-

yándose en gobiernos que trabajen con éstas además de aumentar la cuota de clientes privados. “La zona Asia-Pacífico es un mercado de enorme interés y futuro para cualquier consultora. Representa el área con más población del mundo y donde mayores necesidades existen asociadas al cambio climático junto a elevados niveles de ayuda al desarrollo”, afirma el director general de Aninver Development Partners, **José de la Maza**. El propósito es focalizarse en la nueva hornada de economías emergentes del sudeste asiático (Filipinas, Tailandia, Vietnam, Indonesia o Malasia). Otra empresa que no deja de crecer es la cordobesa Silbon, que tiene a **Pablo López** como CEO. La marca de moda andaluza Silbon, continúa con su estrategia de expansión y sigue creciendo dentro del panorama nacional, en esta ocasión en Toledo. Así, la cordobesa inaugura su primer punto de venta en la ciudad con un espacio exclusivo de hombre en el centro comercial Luz del Tajo, en Toledo. Ubicado en la avenida del Río Boladiez, el nuevo espacio Silbon cuenta con un área de 85,36 m² de tienda. Y seguimos hablando de empresas cordobesas, en este caso, Ximenez Group, compañía líder en iluminación decorativa y artística, que ha presentado la construcción de su nuevo Centro Operativo y de Transporte, que estará ubicado junto a su sede central en Puente Genil. Este proyecto, diseñado para centralizar y coordinar la flota de casi 200 vehículos necesarios para los complejos y diversos proyectos de ilumina-



Marta Cerati



Eduardo Martínez-Cosentino



José Aguilar



Vicente Pérez

ción del grupo a nivel global, responde a la creciente demanda de eficiencia logística de la compañía. El nuevo centro, que contará con un edificio industrial de 10.000 m², está diseñado bajo los principios de sostenibilidad y eficiencia energética. La construcción, que se ha iniciado en verano, tiene un plazo de ejecución de 8 meses, y se prevé que finalice en marzo de 2025. **Maria-no Jiménez**, CEO de Ximenez Group, ha destacado el impacto positivo que este proyecto traerá a la operativa global de la compañía. Destacamos ahora nombramientos o premios a título individual. El Consejo Rector de la Agencia Espacial Española (AEE) confirmó el nombramiento de **Cecilia Hernández** como nueva directora de Programas e Industria. Hernández, experta en innovación tecnológica y financiación, cuenta con una dilatada trayectoria profesional de más de tres décadas, principalmente en el Centro para el Desarrollo Tecnológico e Industrial, donde ingresó en 1991. Su experiencia abarca la representación, relación y negociación internacional en el ámbito espacial, así como el diseño de estrategias de innovación sectoriales. En los últimos meses, ha desempeñado funciones de jefa de departamento en la AEE, incluyendo la dirección interina de Programas e Industria. Su profundo conocimiento del sector, especialmente en la gestión de proyectos internacionales y la promoción de la colaboración público-privada, la con-

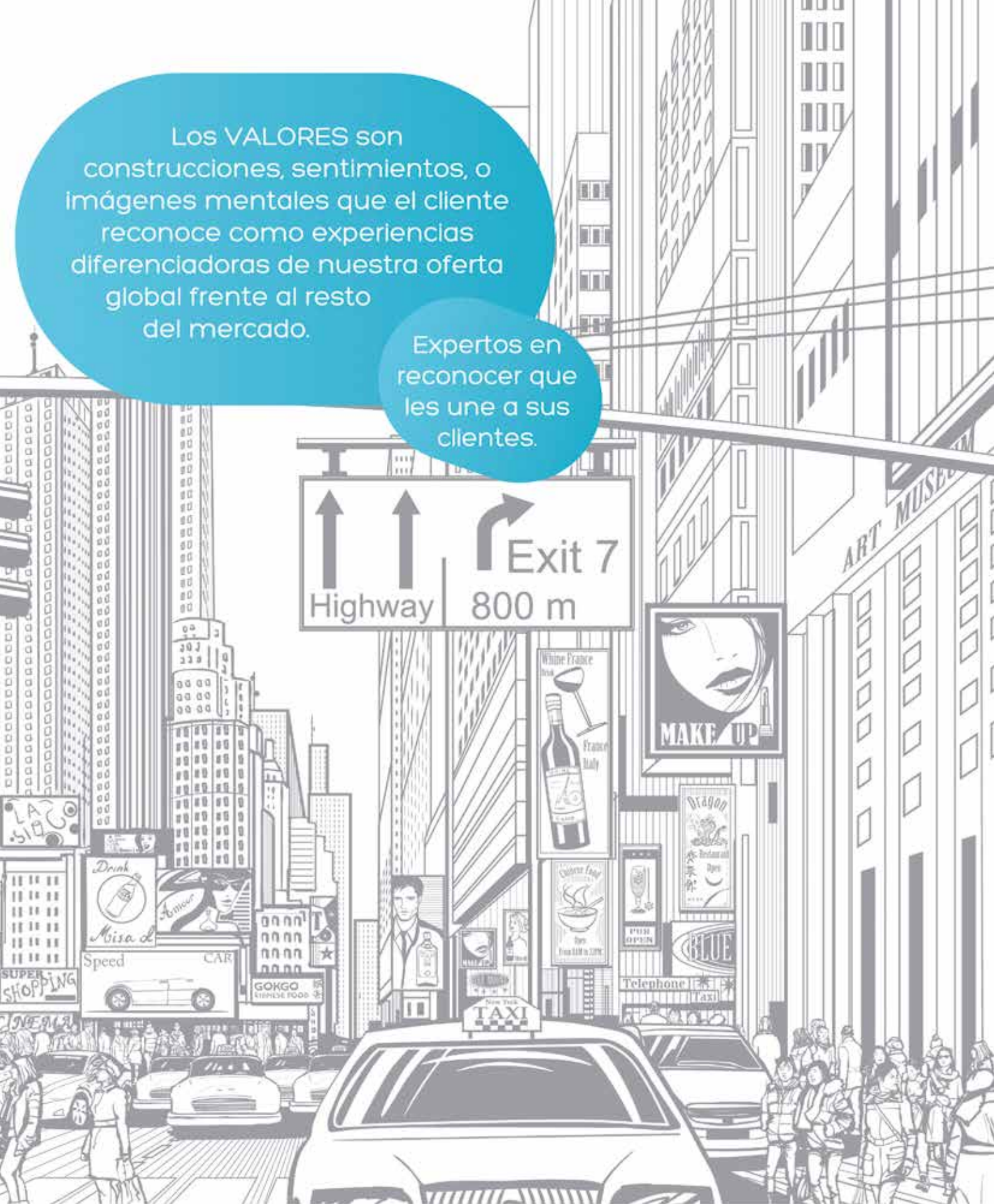
vierten en una candidata ideal para este puesto. Por su parte, la gerente ejecutiva de Aminer, **Marta Cerati**, ha sido seleccionada como una de las 100 mujeres inspiradoras en la minería en todo el mundo, en la sexta edición de esta iniciativa creada hace una década por la asociación Woman in Mining Reino Unido (WIM UK). La lista '100 Global Inspirational Women in Mining' (WIM100) es una publicación bienal que reúne a mujeres destacadas del sector, con idea de celebrar y dar a conocer el talento femenino e identificar modelos de conducta para las generaciones futuras. En la lista de 2024, Marta Cerati figura como la única representante de España, elegida entre 570 candidatas procedentes de 41 países. WIM 100 ha destacado de su perfil sus esfuerzos por mejorar el conocimiento y la percepción de la minería moderna en la sociedad, forjando alianzas con empresas y entidades público-privadas, así como su capacidad de trabajo en equipo. Desde su cargo de gerente ejecutiva de Aminer ha impulsado encuentros corporativos, colaboraciones con universidades y con foros internacionales, como el encuentro bilateral celebrado el año pasado en Marruecos para fortalecer las relaciones comerciales entre ambos países y compartir sus experiencias. Por otro lado, la Asociación Nacional de la Cocina y el Baño de Estados Unidos (NKBA), la máxima autoridad en la industria norteamericana del sector y propietaria de la feria

Kitchen and Bath Industry Show (KBIS), ha dado a conocer su nueva Junta Directiva, efectiva a partir del 1 de enero de 2025, que tendrá como presidente a **Eduardo Martínez-Cosentino**, vicepresidente global de ventas de Grupo Cosentino y CEO de Cosentino Americas. Eduardo será uno de los presidentes más jóvenes elegidos en la historia de la asociación y sucede en el cargo a Ken Williams, presidente de Caesarstone Canadá, que seguirá como miembro de la Junta Directiva. La Demarcación de Andalucía, Ceuta y Melilla del Cicp reconoce con el premio Ingeniero del Año 2024, al granadino **José Aguilar**, coordinador de la Oficina Técnica del Ifmif-Dones, una infraestructura científica internacional única que supondrá una revolución para Granada y Andalucía. Aguilar es natural de Granada (1980). Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad de Granada, MBA Internacional por la Universidad Camilo José Cela y graduando en Economía. Llegó al Ifmif-Dones por su experiencia profesional internacional en proyectos similares y en puestos de responsabilidad en la dirección de proyectos y equipos internacionales con empresas como Dragados o Acciona; y, también, su férreo deseo de ser parte de este proyecto único en su tierra. Por último, el pasado mes de noviembre, tuvo lugar el acto de constitución y toma de posesión de los nuevos vocales electos del Consejo Regulador de la Denominación de

Origen Protegidas 'Condado de Huelva', quienes han elegido, por unanimidad, a **Vicente Pérez** como nuevo presidente en sustitución de Manuel Infante, quien ha estado 25 años al frente del mismo. Con esta elección, se pone fin al proceso electoral que se inició con la publicación de la convocatoria a principios del pasado mes de septiembre. A este acto, acudió el delegado territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural en Huelva, Álvaro Burgos. Vicente Pérez nació en 1958 en Villafranca de Córdoba, es ingeniero técnico agrícola por la Universidad de Sevilla y cursó Máster AD1 en Dirección de Empresas de la Escuela de Negocios del Instituto Internacional San Telmo. En la pasada legislatura, fue viceconsejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. Anteriormente fue secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación en la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Ha dedicado buena parte de su vida profesional a la agricultura y a la ganadería. Así, ha gestionado una explotación agrícola y ganadera familiar y fue dirigente de la Organización de Agricultores, Ganaderos y Forestales de Huelva, director de Marketing del grupo de Servicios Agrarios Elders-Tecsa y director general de la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores, (Asaja-Andalucía). Reside en Gibrleón, uno de los 18 municipios del ámbito de influencia de la denominación de origen Condado de Huelva. ■

Los VALORES son construcciones, sentimientos, o imágenes mentales que el cliente reconoce como experiencias diferenciadoras de nuestra oferta global frente al resto del mercado.

Expertos en reconocer que les une a sus clientes.



Instituto de investigación
estratégico y de comunicación

escuchar, comentar, analizar, ejecutar
sólo depende de decidirse,
ESTAMOS A UN CLICK

calidad@conceptomarketingestrategico.com

CONCEPTO
instituto de investigación

En portada



Modelo de éxito empresarial

El cooperativismo se consolida en Andalucía como una fórmula de éxito que responde a las aspiraciones y necesidades de quienes emprenden un proyecto en cualquier ámbito de actividad. La clave de este modelo es que la rentabilidad se mide no sólo en euros sino, al mismo tiempo, en niveles de bienestar colectivo.

PATROCINA:

 **COOPERATIVAS** 
FEDERACIÓN ANDALUZA DE EMPRESAS COOPERATIVAS



Cooperativismo: fuerte impacto social y económico, pero escaso reconocimiento

Naciones Unidas ha proclamado 2025 como el Año Internacional de las Cooperativas. Este modelo empresarial ha calado fuerte en Andalucía, donde existen 6.252 sociedades que emplean a cerca de 82.000 trabajadores y generan 19.300 millones de euros, el 11,6% del PIB regional

Patricia Balbontín

El cooperativismo es uno de los grandes fenómenos empresariales y sociales de nuestro país, aunque el impacto económico de este sector es inversamente proporcional a su reducida visibilidad y reconocimiento. Son empresas profundamente innovadoras, promotoras de transformaciones sociales y facilitadoras de soluciones a muchos de los grandes retos actuales. La principal diferencia entre las sociedades mercantiles y las cooperativas es que, en las primeras, el factor fundamental es el capital, y en las segundas lo es la persona.

Este modelo de negocio se basa en la colaboración, la solidaridad y la igualdad

de oportunidades entre hombres y mujeres. Quienes constituyen una cooperativa son a la vez empleados y propietarios, por lo que pueden tomar de decisiones y repartir beneficios.

Economía Social

Estas sociedades forman parte del sector de la Economía Social, donde también están mutualidades, fundaciones, sociedades laborales, empresas de inserción, centros especiales

de empleo, cofradías de pescadores y entidades singulares. Todas comparten el mismo mantra: alcanzar el interés colectivo de sus integrantes y el interés general económico y/o social.

La Economía Social en Andalucía, según cifras que maneja la Junta, reúne a unas 11.300 entidades, que emplean 200.000 trabajadores, el 6,2% del empleo en la comunidad. Y la facturación global ronda los 23.150 millones de eu-

ros, el 14% del PIB regional. Las cooperativas son el eslabón más fuerte de este sector, con 6.252 sociedades según el Registro de Cooperativas de Andalucía. Los últimos datos oficiales registran cerca de 82.000 trabajadores –2,6% del empleo andaluz– y una cifra de ventas de 19.300 millones de euros, lo que equivale al 11,6% del PIB regional.

La fuerza del cooperativismo andaluz no tiene parangón a nivel nacional, superando el 20% del total en los parámetros de número de empresas, empleo y facturación. Según datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social, el 23% de las cooperativas que se constituyeron en España

El cooperativismo andaluz supera el 20% del total nacional en los parámetros de número de empresas, empleo y facturación



en 2023 lo hizo en Andalucía, porcentaje que duplica al del País Vasco (11%), segunda comunidad en creación de cooperativas.

Y el ranking de cooperativas más relevantes de España, elaborado por CEPES, revela hay 25 cooperativas andaluzas en los 100 primeros puestos. Bidaforma ocupa la tercera posición, con sus más de 1.700 empleados y 2.800 millones de facturación. Covirán es la sexta cooperativa española más relevante y entre las 20 primeras figuran también los gigantes agroalimentarios Dcoop, Covap y Unica Group.

Estas empresas representan modelos horizontales, en los que la democracia impera en la toma de decisiones. Todos los socios y socias participan por igual en la gestión empresarial, independientemente de su desempeño profesional en el organigrama. Y esto se traduce en grandes cotas de flexibilidad y conciliación.

Son empresas arraigadas al territorio, y constituyen la principal fuente de creación de capacidades emprendedoras en las zonas

rurales. También fomentan la inclusión social, ya que muchas de estas sociedades emplean a personas con discapacidad, inmigrantes y jóvenes en riesgo de exclusión.

Asociacionismo

En Andalucía existen dos grandes asociaciones que representan a la práctica totalidad de las cooperativas: Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, que integra a 640 sociedades agro; y Faecta, que suma 5.800 cooperativas de trabajo, consumo y servicios. Ambas promue-

COOPERATIVAS ACTIVAS EN ANDALUCÍA

PROVINCIAS	2020	2021	2022	2023	2024
ALMERÍA	588	601	611	638	674
CÁDIZ	616	705	665	532	552
CÓRDOBA	720	745	627	639	660
GRANADA	802	793	643	651	681
HUELVA	686	697	393	402	413
JAÉN	795	800	772	597	614
MÁLAGA	1.413	1.519	1.563	1.266	1.355
SEVILLA	1.931	1.865	1.269	1.257	1.303
SIN PROVINCIA	101	100	63	60	0
TOTAL	7.652	7.825	6.606	6.042	6.252

Fuente: Registro de Cooperativas de Andalucía.

Grandes cifras del cooperativismo

EN España, el cooperativismo está formado por casi 23.500 empresas –el 80% son cooperativas de trabajo– que emplean a unas 500.000 personas, de las que el 73% trabaja en cooperativas de trabajo. En la Unión Europea, y según datos de la Comisión Europea, hay 250.000 cooperativas activas que ofrecen empleo a 5,4 millones de personas de forma directa. A nivel mundial, más del 12 % de la población es cooperativista de alguna de las tres millones de cooperativas del planeta, las cuales proporcionan empleo al 10% de la población empleada, tal y como señala la Alianza Cooperativa Internacional. Además, de acuerdo con el World Cooperative Monitor (2023), las 300 empresas cooperativas y mutualidades más importantes del mundo suman un volumen de negocio de 2,4 billones de dólares. ■



Normativa

EN Andalucía, la Economía Social ha sido objeto de regulación a través de diversas normas. La Ley 2/1985, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, la Ley 2/1999 y la Ley 14/2011, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, modificada por la Ley 5/2018. Ésta última introdujo importantes cambios, como la posibilidad de pasar de poder constituir una cooperativa de tres a dos personas. Este reconocimiento normativo se completa con los Pactos Andaluces por la Economía Social, firmados en 2002, 2006 y 2011, y con el Acuerdo por la Economía Social Andaluza, suscrito en 2013. El hito más reciente ha sido la aprobación, el 24 de octubre de 2023, del Plan Estratégico para el Impulso y la Modernización de la Economía Social en Andalucía 2023-2026, el Pimesa.

Asimismo, la importancia que en Andalucía se le da a la Economía Social tiene reflejo en la creación de entidades como el Consejo Andaluz de Entidades de Economía Social, máximo órgano de coordinación y participación en este ámbito. Expuso la necesidad de modificar la actual Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas, proyecto ambicioso que ahora ocupa a la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo. ■

ven la plataforma AndalucíaEScoop, que integra a las sectoriales de mujeres AMCAE y AMECOOP y nace para defender los intereses del sector ante las instituciones.

Por tipología, las cooperativas de trabajo constituyen el grupo más numeroso -3.500 en Andalucía-, y desarrollan su actividad en cualquier ámbito de la economía, principalmente en el de servicios. Sólo se necesitan dos o más personas que compartan un proyecto empresarial viable, que son socios o socias y al mismo tiempo trabajadores. Han optado por esta fórmula jurídica asesorías, consultoras, bufetes de abogacía, academias, estudios de arquitectura y diferentes empresas multiser-

vicios.

Desde hace un año, Faecta está creando una nueva identidad corporativa bajo la marca de 'Más Cooperativas' para representar también a las cooperativas de consumo y de servicios. Éstas se clasifican en cooperativas de viviendas, de crédito, comunidades energéticas, cooperativas de detallistas o de seguros.

Esta fórmula empresarial resulta cada vez más atractiva para jóvenes universitarios que emprenden sus proyectos en los núcleos urbanos y en los sectores de actividad con más potencial, como las energías renovables, la informática, el *blockchain* y minería de datos, clínicas dentales, cosmética natural, etc...

La otra gran pata del cooperativismo es el agroalimentario, con 729 entidades activas en Andalucía que ofrecen empleo directo a cerca de 35.000 personas y registran una facturación de 8.770 millones de euros.

Son empresas ligadas de forma estable al medio ru-

ral, ejercen de tractoras para la economía local y fijan la población al territorio. Además, el cooperativismo agrario promueve prácticas agrícolas sostenibles y responsables con el entorno. Esta forma de organización permite a los agricultores y ganaderos unir esfuerzos, recursos y

Escuela Andaluza de Economía Social



LA Escuela Andaluza de Economía Social de Faecta nace hace 20 años como una palanca de transformación e innovación permanente del sector cooperativo en Andalucía. Tras una exitosa trayectoria en la formación y en la gestión de proyectos en nuestra comunidad, ha exportado su modelo al ámbito internacional, especialmente en América Latina, donde se ha convertido en un centro de referencia del emprendimiento cooperativo para todo el espacio iberoamericano.

Cuenta con una red de entidades colaboradoras de más de 22 países. Cada año pasan por los programas de la escuela más de 5.500 alumnos y alumnas procedentes de todo tipo de instituciones y organizaciones públicos y privadas del sector de la Economía Social de América Latina, como gobiernos nacionales o regionales, parlamentos, universidades, entidades de créditos, organizaciones empresariales representativas. ■

Pimesa arranca con un presupuesto inicial de 10,83 millones de euros y 30 programas repletos de medidas

conocimientos, lo que se traduce en una mayor capacidad para competir en el mercado.

Estrategia Pimesa

La Economía Social y el cooperativismo constituyen una de las principales líneas en la estrategia del Gobierno andaluz, que recientemente ha reforzado su apuesta con la aprobación y puesta en marcha del Plan Estratégico para el Impulso y la Modernización de la Economía Social

en Andalucía, Pimesa.

Esta nueva hoja de ruta para el sector se ha fijado como objetivo aumentar el reconocimiento de este modelo de actividad económica, mejorar el sistema de ayudas e incentivos públicos, aumentar el tamaño de las empresas, y mejorar el acceso de las empresas de Economía Social a los contratos públicos.

Para el cumplimiento de estos desafíos, se han propuesto 30 programas de los que la mitad ya se están ejecutando y el resto se de-



sarrollará en el marco 2025-2026. Pimesa arranca con un presupuesto inicial de 10,83 millones.

En esta planificación destaca la creación de una cátedra en Economía Social, que promueve la visibilidad del sector; una sub-

vencción para mejorar las competencias digitales de estas sociedades; y está prevista la celebración en 2025 del primer Congreso Andaluz de Economía Social, que aspira a mostrar este modelo económico a la sociedad. ■



Ahora somos, MÁS COOPERATIVAS

Cooperativas de Trabajo | Cooperativas de Consumo | Cooperativas de Servicios



+ cooperativas



+ intercooperación



+ crecimiento



+ empleo



faecta.coop

LUIS MIGUEL JURADO

Presidente de Faecta

Faecta se encuentra en pleno proceso de transformación para incorporar a las cooperativas de consumo y servicios en su tradicional núcleo empresarial de cooperativas de trabajo. Su presidente, Luis Miguel Jurado, reivindica mayor visibilidad y reconocimiento para un sector clave en la generación de riqueza y empleo y en la cohesión social de los territorios. Asimismo, cree necesario mejorar el actual marco normativo y aumentar las ventajas fiscales reconocidas para este modelo empresarial.

Patricia Balbontín

Fotos: ©JulioVergne



“Peleanos por conseguir más fondos con los que fomentar nuestro modelo empresarial”

— **Faecta se constituye hace 30 años. ¿Cómo ha evolucionado desde entonces el cooperativismo andaluz?**

— Ha evolucionado muchísimo, de forma paralela a cómo lo ha ido haciendo la propia comunidad. Si nuestra economía ha pasado de los ámbitos más tradicionales en los sectores primario y secundario a los más novedosos y punteros del sector terciario, igualmente lo han hecho nuestras empresas cooperativas.

En definitiva, las cooperativas andaluzas están presentes en todos los sectores de actividad. En ámbitos tradicionales donde son referentes, como los centros sociosanitarios o los centros de enseñanza, pero también

en sectores punteros y novedosos como la arquitectura, la biotecnología, la industria del videojuego, la informática o la cosmética natural, por enunciar algunos.

— **¿Cuántas nuevas cooperativas se crean cada año en la comunidad?**

— Este dato no es realmente un dato estable y oscila mucho en función de los ciclos económicos. Los años de la pandemia sanitaria son los años en que más cooperativas se han creado en Andalucía, pues nuestras empresas han sido catalizadoras de la fuerza emprendedora de muchas personas trabajadoras abocadas a procesos de regulación de empleo.

En la actualidad, nuestra comunidad cuenta con 6.200 cooperativas de las que en Faecta representamos a casi 5.800, entre cooperativas de trabajo, consumo y servicios. En cuanto al número de empleos, el sector cooperativo en Andalucía genera 80.000 empleos directos y casi 200.000 indirectos. En su conjunto, las cooperativas andaluzas alcanzan una facturación de 19.300 millones de euros, que supone un 11,6% del PIB regional.

De esta forma, las cifras del cooperativismo andaluz lideran el ranking nacional, superando el 20% del total en los parámetros de números de empresas, empleo y facturación. Nos podemos sentir muy orgullosos.

— **¿Cuáles son las ventajas de emprender bajo de este modelo empresarial?**

— Las cooperativas representan modelos horizontales de empresas, en los que la democracia impera en la toma de decisiones. De esa forma, todos los socios y socias participan por igual en la gestión empresarial, independientemente de su desempeño profesional en el organigrama. Por regla general, esto se traduce en grandes cotas de flexibilidad y conciliación, en ambientes de trabajo positivos y muy beneficiosos.

Por otro lado, son empresas mucho más resilientes a los embates de cualquier crisis económica y su índice de supervivencia es mucho mayor que las empresas mercantiles. Esto es así por la gestión democrática de las empresas y por la dualidad socio-trabajador, que nos hace adoptar de forma consensuada cualquier tipo de medida drástica antes que el cierre de nuestro propio negocio.

En sociedades tremendamente individualistas como las actuales, emprender de forma colectiva supone contribuir a la transformación de nuestros propios entornos, desde perspectivas empresariales mucho más sostenibles, equitativas y solidarias. Aportamos valor y valores a la economía y a la sociedad.

— **¿Por qué en Andalucía ha caído esta fórmula más que en otras regiones? ¿Influye el apoyo institucional?**

— Nosotros siempre hemos pensado que los valores cooperativos están profundamente arraigados en Andalucía. Es más, si repasas los principios cooperativos promulgados por la Alianza Cooperativa Internacional, repasas igualmente los valores de la idiosincrasia andaluza: autonomía, igualdad, educación, solidaridad, cooperación o compromiso por la comunidad.

En la organización pensamos firmemente que está estrechamente relacionado con el talante de los andaluces, mucho más abierto y enfocado en lo colectivo y en la comunidad.

Y, qué duda cabe, que el apoyo institucional es fundamental para que

todos estos factores sumen y se materialicen de manera exponencial. La consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo es un firme aliado de la economía social andaluza y sus políticas de impulso y fomento del sector están contribuyendo de manera clara y directa al fortalecimiento de nuestro tejido empresarial.

— **¿Cuáles son los principales desafíos del sector?**

— Los retos son enormes y van desde incrementar el número de empresas y empleos de la Economía Social a atraer el talento joven, a dar a conocer a la sociedad nuestra contribución, a seguir mejorando los marcos jurídicos, a trabajar por participar en el diálogo social, y a liderar nuestra presencia en sectores emergentes y de futuro que irrumpen con fuerza y sin pausa.

“Las ventajas fiscales reconocidas a las cooperativas se han ido reduciendo drásticamente en los últimos años”

Para ello, peleamos en cada ley de presupuesto por conseguir más fondos con los que poder seguir fomentando nuestro modelo empresarial.

Y para ello, reivindicamos el reconocimiento definitivo de nuestro peso institucional y nuestra contribución económica a la riqueza de la región, escalando nuestra posición como agente de diálogo social de primer orden. La realidad empresarial y laboral a la que en su día respondían los primeros acuerdos de concertación ha cambiado sustancialmente y es necesario buscar otras fórmulas en las que dar cabida a esas otras miradas económicas con las que hoy se construyen nuestras sociedades.

— **¿Y las claves para mejorar la competitividad de las empresas?**

— Es esencial combinar factores internos y externos que impulsen

tanto la eficiencia como la sostenibilidad. En el caso de las empresas cooperativas, esto pasa por reforzar sus valores intrínsecos, como la gestión democrática y la participación activa de sus socios, y por adaptarse a los desafíos del entorno actual.

En definitiva, la competitividad no sólo se mide en términos económicos, sino también en la capacidad de las empresas para adaptarse, crear valor compartido y contribuir al desarrollo de la sociedad. Las empresas cooperativas, con su modelo diferencial, están especialmente bien posicionadas para liderar esta transformación.

— **¿Es suficiente el marco normativo existente para el desarrollo del cooperativismo?**

— En cuanto al número de cuerpos legales reguladores de los aspectos inherentes al sector, considero que es más que suficiente, máxime si tenemos en cuenta el Proyecto de Ley Integral de Impulso de la Economía Social, actualmente en ciernes.

No obstante, opino que resulta necesario alguna actualización de gran calado –o, incluso, conveniente una ley de nueva planta– como es el caso, por ejemplo, de la Ley Fiscal de Cooperativas. Está vigente desde 1990 y en este tiempo el panorama fiscal ha evolucionado radicalmente, resultando en muchos aspectos totalmente obsoleta y desfasada la aplicación de sus postulados al sector cooperativo. Y como muestra un botón, las ventajas fiscales reconocidas a las cooperativas se han ido reduciendo drásticamente, hasta el punto de que el diferencial en el IS a favor de las sociedades cooperativas se ha visto reducido en más de un 60% con respecto al resto.

— **¿Qué va a suponer la reforma de la Ley de Cooperativas?**

— Aunque la LSCA es una de las leyes de cooperativas más avanzadas que existen, lo cierto es que ya cuenta con cerca de quince años de vigencia. Resulta necesaria la modificación de ciertos aspectos de la norma para un mejor tratamiento de la realidad a la que está llamada a regular como, por ejemplo, acometer su adecuación con



“Necesitamos un paso más en la apuesta institucional por este sector empresarial estratégico en Andalucía”

la nueva regulación de la esfera laboral y las tipologías de contratos vigentes en nuestro país, lo que incide en los márgenes de contratación de personas trabajadoras por parte de las cooperativas de trabajo.

También hay que propiciar un mejor marco legislativo para los nuevos tipos de cooperativas previstos por la Ley, como es el caso, por ejemplo, de las cooperativas de servicios públicos, pues aunque han sido muchas las iniciativas y proyectos interesados en esta fórmula o modalidad cooperativa, lo cierto es que, a día de hoy, ninguno ha visto la luz bajo esta modalidad.

Por último, también resulta aconsejable regular de manera individualizada los pormenores de nuevos tipos de cooperativas que han ido surgiendo como pueden ser, a título de ejemplo, las cooperativas energéticas o los *cohousings*.

— **¿Considera que el sector está falto de reconocimiento? ¿Cuáles son los motivos?**

— El sistema institucional español se ha reforzado en el actual gobierno con el nombramiento de un Ministerio responsable de Economía Social y una Secretaría de Estado de Economía Social, un hito sin precedentes en nuestra historia que hace que España sea la única de las cuatro primeras economías de la zona euro que cuenta con un departamento Minis-

terial responsable de la Economía Social.

Además, las instituciones de la UE y los gobiernos han adoptado durante la legislatura 2019-2024 un conjunto de iniciativas y medidas que han conformado un ‘ecosistema’ muy favorable a la Economía Social y las empresas cooperativas. Y las propias Naciones Unidas ha adoptado en los últimos dos años hasta dos resoluciones para promover el sector de la Economía Social y las cooperativas en los Estados Miembros. De hecho, en junio Naciones Unidas proclamó el año 2025 como Año Internacional de las Cooperativas.

Aunque, por supuesto, tenemos que seguir trabajando para conquistar nuevos espacios, conseguir más transversalidad y más presupuesto. Necesitamos un paso más en la apuesta institucional por este sector empresarial estratégico en Andalucía que nos confiera identidad, prestigio y reconocimiento.

“Convertirnos en Más Cooperativas supone un cambio de escala definitivo para el posicionamiento institucional de nuestro sector empresarial”

— **Faecta se está transformando para convertirse en Más Cooperativas. Cuéntenos la finalidad de esta evolución.**

— Efectivamente, el año 2023 ha sido el año en el que ha cristalizado una nueva federación, incorporando a nuestro núcleo empresarial de cooperativas de trabajo, también a las cooperativas de consumo y servicios.

Nuestra nueva realidad empresarial representa ahora más modelos de empresa, más empleo, más oportunidades y más y mejores soluciones a los retos económicos y sociales. Y es que somos empresas promotoras de transformaciones sociales y facilitadoras de soluciones y respuestas a muchos de los grandes desafíos actuales.

Con el cooperativismo de trabajo venimos contribuyendo a la dignificación de un mercado laboral precario, injusto y desigual; con niveles salariales mucho más igualitarios que los del resto del tejido empresarial; incorporando a la mujer a lo más elevado de las estructuras directivas de nuestras empresas; ofreciendo opciones de emprendimiento para nuestra juventud; empleando a colectivos en riesgo de exclusión; o salvando empleos y empresas sin relevo o en crisis mediante la transmisión de la propiedad a sus empleados.

Ahora, a través del cooperativismo de consumo o el de servicios, también llegamos a dar solución a problemas acuciantes como el acceso a la vivienda; el envejecimiento activo y los cuidados de una población cada vez más longeva; la transición energética; el acceso al crédito o la despoblación de las zonas rurales. Los *cohousing* cooperativos, las comunidades energéticas, las cooperativas de detallistas o la banca cooperativa son algunas de las nuevas fórmulas empresariales que albergamos ahora en la organización, y en cuya defensa y representación nos empeñaremos con ahínco.

Sin duda, es la transformación más relevante de Faecta en sus casi tres décadas de trayectoria, un cambio de escala definitivo para el posicionamiento institucional de nuestro sector empresarial. ■

Ey ¿Qué tal?_

¿Hablamos de negocios? Hablamos de soluciones.

Todo lo que necesitas para todo lo que necesita tu negocio en
un banco que habla como tú.



Más de 305.000 agricultores y ganaderos eligen el cooperativismo como modelo empresarial



Existen en Andalucía 640 cooperativas agroalimentarias que representan más del 60% de la producción agraria nacional y facturan por encima de los 11.000 millones de euros

Patricia Balbontín



APESAR del boom de las *startups*, el sector agroalimentario ha sido tradicionalmente uno de los nichos de mercado con mayor atractivo y potencial para el cooperativismo y una de las opciones favoritas para emprender. Mucho tiene que ver que Andalucía sea la principal región agraria de España y principal abastecedora de productos agroalimentarios a Europa.

Nuestra comunidad genera alrededor del 31% del valor añadido bruto (VAB) del sector agrario en España; contamos con el 60% de la superficie nacional de olivar en España, y en torno al 30% de la superficie de frutales cítricos y cultivos industriales. También es nuestra más de la cuarta parte de la superficie española de hortalizas.

En términos de producción, Andalucía concentra más del 80% del valor de la producción de aceite en España, cerca del 40% del valor de producción de hortalizas y frutas y en torno a un tercio de la producción de plantas industriales. Asimismo, somos la tercera productora de leche del país y la principal productora de miel.

El cooperativismo ha sido un gran estímulo para el sector agrario, ya que fomenta la sostenibilidad y la producción local, promoviendo prácticas responsables que respetan el medioambiente. Las cooperativas contribuyen a la creación de empleo, no solo

en el campo, sino también en la industria agroalimentaria, generando oportunidades laborales en zonas rurales y fijando la población al territorio.

Casi el 60% de las cooperativas agroindustriales de Andalucía pertenecen a la federación Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía. En concreto, son 640 cooperativas con más de 305.853 agricultores y ganaderos asociados que representan más del 60% de la producción agraria regional, si bien en sectores como el aceite de oliva este porcentaje supera el 70%.

La mayoría de estas cooperativas se concentra en la provincia de Jaén, con 166; y a continuación en Granada (93), Córdoba (92), Sevilla (82), Málaga (64), Almería (57), Huelva (55) y Cádiz (31). Respecto a la forma jurídica, 56 de estas sociedades están registradas como SAT y 584 como SCA, de las que 24 son de segundo grado.

La vocación exportadora es seña de identidad del sector cooperativo, que vende más del 80% de su producción a mercados extranjeros, fundamentalmente frutas y hortalizas, aceite de oliva y productos ganaderos.

Otro rasgo característico de este segmento es el tamaño heterogéneo de sus cooperativas, con una media de 457 socios, según el Registro de Cooperativas de Andalucía. Un 34% cuenta con más de 200 socios y sólo el 25% facturó más de 6 millones de euros.



Las más importantes en Andalucía son Dcoop, Covap, Unica, Vicasol, CASI, SUCA, Alsara, Murgiverde, Oleoestepa, o Moguer Cuna de Platero.

También es significativo que estas cooperativas tengan muy poco personal permanente, de hecho, un 9% no cuenta con ninguna persona que esté durante todo el año en la cooperativa. Según la Junta de Andalucía, lo normal es que el número de trabajadores permanentes oscile entre dos y cinco, siendo la media de unos siete trabajadores. La concentración de la mayor parte de las actividades durante la campaña y el coste que genera la permanencia de una persona durante todo el año motivan esta circunstancia.

Innovación

También es de destacar el elevado nivel de innovación y tecnificación en el sector, con proyectos que han optimizado el manejo de las explotaciones, haciéndolas más sostenibles y competitivas y mejorando la rentabilidad de los cooperativistas.

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía está siendo un acicate fundamental en este sentido.

En 2025, esta federación ejecutará 52 proyectos de I+D+i, con una inversión superior a los dos millones de euros, con cargo a líneas de financiación regional, nacional y europea.

Además, va a trabajar en 25 grupos operativos regionales de la Asociación Europea de Innovación, cofinanciados por la Junta de Andalucía; y en dos grupos operativos nacionales, en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2022.

La federación participará también en seis proyectos europeos, con cargo al Programa Horizonte Europa, la convocatoria HORIZON-EUSPA y al programa Interreg España-Portugal (POCTEP); y en otros 19 proyectos de Economía Social financiados por la Junta de Andalucía.












Desafíos

Otra cara de la moneda del sector son los numerosos desafíos que en ocasiones lastran su desarrollo y competitividad.

En primer lugar, la disponibilidad de agua. La Federación asegura que “en España no hay un problema de falta de agua, hay una pésima gestión de la

Funciones de



-  Interlocución, representación y defensa de los intereses de agricultores, ganaderos y cooperativas de Andalucía ante las administraciones.
-  Modernización, integración y fusión de las estructuras cooperativas.
-  Internacionalización de productos agroalimentarios.
-  Impulso y participación activa en proyectos de I+D+i, tanto a nivel regional como nacional y europeo.
-  Garantizar el acceso al agua y su reparto equitativo en la comunidad, a través de infraestructuras hidráulicas modernizadas.
-  Formación continua y estratégica de trabajadores, socios agricultores y ganaderos, personal directivo y consejos rectores.
-  Dignificar el empleo agrario como solución a la falta de mano de obra que se da campaña tras campaña.
-  Promover el relevo generacional en el sector agrario, en general, y en el cooperativismo, en particular.
-  Apuesta decidida por la incorporación de las mujeres a la actividad agraria y a los órganos de decisión de las cooperativas.
-  Impulsar la sostenibilidad integral (económica, social y medioambiental) de las cooperativas y del modelo de la economía social agraria.
-  Digitalización e incorporación de las nuevas tecnologías a las cooperativas agroalimentarias andaluzas para su mejora competitiva. ■

misma que hay que remediar de manera inmediata”

Es por ello que desde Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía exigen nuevas políticas orientadas a aumentar y asegurar la superficie regable mediante actuaciones como el aprovechamiento para riego de las aguas regeneradas de los núcleos urbanos. Piden también autorizaciones del aprovechamiento mediante bal-

sas y pequeños embalses de aguas de escorrentía; que se permita un mayor aprovechamiento de aguas subterráneas; y que se desarrollen los sistemas de riego mediante desaladoras.

Pero lo más importante, en opinión de la federación, es que se realice un Plan Hidrológico Nacional orientado a la realización de grandes embalses y trasvases entre cuencas. Asimismo, piden el cambio



de uso de determinados pantanos orientados a la producción de electricidad por el aprovechamiento para riego. Y alertan sobre la gran cantidad de agua que se sigue derrochando en riegos poco eficientes.

Ley de la Cadena

Otro asunto de interés es la Ley de la Cadena. Según Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, esta normativa debe integrar unos costes de producción aplicables a todos los productores de cada sector, y debe prohibir las importaciones por debajo de esos costes prefijados por el Ministerio. Asimismo, sugiere mecanismos de compensación para campañas en las que no se pueda vender porque los precios no alcancen ese nivel.

Del mismo modo, esta federación de cooperativas considera que deben modificarse de los acuerdos comerciales en los que se incluyan las cláusulas espejos, con idea de que los productos agroalimentarios andaluces compitan en los mercados internacionales con las mismas reglas de juego que los productores extracomunitarios en materia laboral, ambiental y social.

El principal reto con respecto a la PAC es que se eli-

minen los ecoregímenes incorporados en la última reforma y los planes de reducción de abonos y fitosanitarios imprescindibles para mantener la productividad. Asimismo, la federación pide la eliminación de nuevas exigencias burocráticas, como el cuaderno digital.

También rechazan la Ley de Restauración de la naturaleza, ya que un 40% de las explotaciones situadas en zonas protegidas se están viendo obligadas a abandonar la actividad.

De otro lado, el sector aboga por una reforma laboral que contemple las particularidades del empleo agrario, como es su carácter temporal con campañas limitadas en el tiempo, algo que no implica precariedad laboral.

Otras reivindicaciones de las cooperativas agroalimentarias andaluzas son la concesión de ayudas directas para afrontar la pérdida de renta; medidas fiscales que ayuden a paliar el aumento de los costes de producción, los efectos de la sequía y el encarecimiento de la alimentación animal; apoyo para abordar el relevo generacional y la modernización de explotaciones; y la reforma de la ley de bienestar animal. ■

Clasificación sectorial

COOPERATIVAS Agro-alimentarias de Andalucía ha facturado más de 11.069 millones de euros en 2023, un 5,71% más que en el ejercicio anterior. La federación mueve alrededor de 40.000 empleos. Ésta es la distribución del **volumen de negocio por ramas de actividad**:



ACEITE Y ACEITUNAS: 369 cooperativas y más de 4.117 millones de euros de facturación.



FRUTAS Y HORTALIZAS: 107 cooperativas y más de 4.269 millones de facturación.



SUMINISTROS: 235 cooperativas y 1.426 millones de facturación.

SECTORES GANADEROS: 29 cooperativas y 1.206 millones de facturación.



CULTIVOS HERBÁCEOS: 84 cooperativas y 392,38 millones de facturación.

VINO: 26 cooperativas y 127 millones de facturación



SERVICIOS: 85 cooperativas y 48,72 millones de facturación

ORUJO: 133 cooperativas y 157,45 millones de facturación.



FRUTOS SECOS: 37 cooperativas y 63,92 millones de facturación.

TIENDAS: 93 cooperativas y 54 millones de facturación.



ALGODÓN: 6 cooperativas y 6 millones de facturación.

FLORES Y PLANTAS: 2 cooperativas y 5,2 millones de facturación.

TABACO: 1 cooperativa y 87.502 euros de facturación.



CORCHO: 1 cooperativa y 174.833 euros de facturación.

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA: 109 cooperativas y 619,42 millones de facturación

OTROS: 50, 58 millones. ■





¿Quieres ser DUENÑO de tu FUTURO?

Hazte socio de **COVIRAN**



+2.500 Tiendas

La cadena más numerosa de la península ibérica



+63 Años

de experiencia, haciendo crecer negocios



+2.300 Socios

satisfechos, que deciden sobre sus establecimientos

Únete a la Cooperativa líder y la enseña con más puntos de venta de España y Portugal*



Coviran: Marca de Alto Potencial Internacional según el FMI

*Confirmado según datos recientes de Alimarket.

La competitividad de las empresas cooperativas andaluzas

Juan Rafael Leal
Presidente de AndalucíaEScoop

La legislación andaluza define a las cooperativas como sociedades participativas que asocian a personas físicas o jurídicas con intereses o necesidades socioeconómicas comunes, para cuya satisfacción y en interés de la comunidad realizan una actividad empresarial, con arreglo a los principios de libre adhesión y baja voluntaria de los socios, igualdad de derechos y obligaciones, estructura, gestión y control democráticos y participación de los socios en los resultados en proporción a la actividad desarrollada. Estos valores de igualdad y democracia en la gobernanza, que conllevan equidad y sostenibilidad, son a menudo presentadas como lastre para la competitividad, cuando en realidad son fortalezas que hacen a las cooperativas empresas competitivas, capaces de afrontar situaciones de adversidad y cambio continuo, como exige la economía actual.

La Constitución Española establece en su artículo 129.2 que los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en las empresas y fomentarán, mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. Es por eso que se benefician de venta-

jas fiscales, como un gravamen especial del Impuesto de Sociedades al 20% con la posibilidad de acogerse a bonificaciones del 50% en algunos supuestos, exenciones en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, bonificaciones en el Impuesto de Sociedades y el IBI rústico, ventajas en las amortizaciones, o que no se requiera un mínimo económico para la aportación de capital social, entre otras.

Podría pensarse que esta situación fiscal y societaria constituye por sí misma una ventaja competitiva determinante a favor de las cooperativas. Sin embargo, siendo importante, son los valores y principios propios de la empresa cooperativa los que constituyen su principal fortaleza. Son la implicación y el compromiso de los socios, que poseen la empresa y la gestionan de forma democrática, lo que aporta el valor diferencial. El cooperativismo no es un modelo subsidiado, sino que se sustenta en más de 350.000 socios en Andalucía, cuya meta es garantizar el crecimiento económico, el bienestar social y el futuro medioambiental de su entorno.

En los últimos años, las circunstancias de máxima exigencia que han deter-

minado la actividad económica han demostrado que el modelo cooperativo es un modelo de éxito. En el Covid, las empresas resistieron mejor que la media. Y en post pandemia, en un contexto de incertidumbre, con una complicada coyuntura internacional y elevados tipos, las cooperativas siguen demostrando su competitividad: el cooperativismo andaluz es líder a nivel nacional en número de empresas, facturación y empleo.

Por un lado, se confirma un crecimiento sostenido del número de cooperativas de trabajo, consumo, vivienda y todo tipo de servicios, con emprendedores que encuentran una fórmula de emprendimiento que responde a sus aspiraciones y necesidades. Y por otra parte, el hecho de ser empresas de personas ha hecho de las cooperativas agroalimentarias estructuras empresariales flexibles, sensibles a las necesidades de la base social y resilientes a las disrupciones económicas, políticas e incluso sanitarias. Muestra de ello es que la apuesta y el respaldo a la dimensión cooperativa, la profesionalización, la innovación y la internacionalización del modelo que han permitido duplicar de largo la facturación de la economía so-

cial agroalimentaria en la última década. Así, mientras que en 2011 el volumen de negocio era de 4.382 millones, en el último ejercicio se superaron los 11.000 millones de euros.

Las cooperativas son el motor y el corazón de Andalucía. La comunidad cuenta con 6.218 empresas cooperativas, que le aportan más del 10% del PIB (por encima de los 19.000 millones de euros) y más del 12% del empleo (80.000 directos y unos 200.000 inducidos). Están presentes en todos los sectores de actividad y el 85% de los municipios. Hay más de una veintena de cooperativas entre las 100 mayores empresas de Andalucía, y también hay más de veinte cooperativas en el 'top 100' de exportadores. La innovación, además, forma parte del ADN cooperativo.

El cooperativismo ha resultado ser un factor clave en el equilibrio territorial de Andalucía, evitando la despoblación, reteniendo talento y contribuyendo al desarrollo sostenible social, ambiental y económico. Hay cooperativas que tiran del carro de localidades y hasta de comarcas enteras. Y no porque sean grandes empresas, que lo son, sino por lo que tienen de suma de esfuerzos de miles de socios. ■



COVAP

*Cuidamos juntos
el valor de nuestro mundo*



 COVAP

 @covap

 COVAP

covap.es

LÁCTEOS | CARNES | IBÉRICOS | ALIMENTACIÓN ANIMAL

Cooperativas de vivienda: qué son y cómo funcionan

Se trata de una fórmula que cada vez tiene más adeptos. La vivienda se obtiene a precio de coste, no existe margen de promotor. Se puede obtener un precio hasta un 20% más bajo que con promotora

Isabel G. Suero



UNA cooperativa de vivienda es aquella que tiene por objeto procurar viviendas a precio de coste, exclusivamente a sus socios. También podrán tener como objeto el de procurarles garajes, trasteros y otras construcciones complementarias, y su rehabilitación y la de las propias viviendas.

Los estatutos sociales podrán prever la transmisión de la propiedad de las viviendas, locales y construcciones complementarias a los socios o, simplemente, la cesión de su uso y disfrute, manteniéndose la titularidad de la propiedad por parte de la sociedad cooperativa, incluido el alquiler con opción a compra. Ambos regímenes podrán coexistir en una misma cooperativa.

El derecho sobre la vivienda podrá adquirirse con carácter de residencia habitual; para descanso o vacaciones; como residencia de personas mayores, discapacitadas o dependientes; para facilitar el acceso de jóvenes y/o grupos de población con especiales dificultades de acceso a la vivienda, o para cualquier otro de análogas características.

En Andalucía, hay 442

cooperativas de vivienda (222 en Sevilla; 70 en Cádiz; 36 en Almería; 32 en Córdoba; 31 en Huelva; 30 en Málaga; 20 en Granada 20; y 1 en Málaga).

Principales ventajas

Las principales ventajas de la cooperativa de vivienda son las siguientes:

✓ La figura del promotor desaparece, es la misma cooperativa quien asume ese rol, se elimina la intermediación y no se busca el lucro, las personas socias cooperativistas se unen y se

En Andalucía, hay 442 cooperativas de vivienda (222 en Sevilla, 70 en Cádiz, 36 en Almería, 32 en Córdoba, 31 en Huelva, 30 en Málaga, 20 en Granada 20 y 1 en Málaga)

constituyen en promotores para obtener una vivienda a un menor precio y una mejor calidad. La vivienda se obtiene a precio de coste, no existe margen de promotor. Se puede obtener un precio hasta un 20% más bajo que con promotora.

• ✓ Los socios participan democráticamente en las decisiones claves del proyecto, en el diseño de la

vivienda, en la elección de la constructora, en el plan financiero..., a través del máximo órgano de decisión, la Asamblea General, garantizando la igualdad (una persona un voto).

✓ En el caso de cesión de uso (modelos de cohousing o viviendas colaborativas), la cooperativa mantiene la titularidad, la propiedad es colectiva y se elimina la especulación inmobiliaria, la vivienda no se comercializa con fines de lucro, protegiendo su función social. Este modelo favorece las relaciones vecinales y la

colaboración, creando comunidades solidarias y participativas, optimizando los recursos con áreas compartidas, como lavanderías, jardines o salas comunitarias.

✓ Las cooperativas de viviendas, por ser cooperativas especialmente protegidas, tienen un régimen fiscal específico. En el Impuesto sobre Transmisio-

nes Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD), exención por: los actos de constitución, ampliación de capital, fusión y escisión; La constitución y cancelación de préstamos; las operaciones de adquisición de bienes y derechos destinados directamente al cumplimiento de sus fines sociales y estatutarios; en el Impuesto sobre Sociedades, sobre los resultados cooperativos se les aplicará un tipo impositivo del 20%, además también una bonificación del 50% de la cuota íntegra del mismo impuesto.

¿Cómo se articulan?

Una cooperativa de viviendas implica el acuerdo de un grupo de personas con el objetivo común de adquirir, construir o gestionar viviendas de manera colectiva y democrática. Los pasos principales son los siguientes:

▲ Grupo promotor. Acuerdo de un grupo inicial, personas con necesidad de vivienda.

▲ Legalización de estatutos. Solicitud del certificado de denominación social no coincidente en el Registro de Sociedades Cooperativas Andaluzas,



redacción y legalización de unos estatutos conforme a la Ley 14/2011 de 23 de diciembre de Sociedades Cooperativas Andaluzas, celebración de Asamblea Constitutiva y redacción de Acta Constituyente, solicitud de NIF provisional, desembolso del Capital Social mínimo, liquidación del ITPAJD e inscripción en el Registro de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

▲ Se pueden constituir con un mínimo de dos personas socias.

▲ No se necesita un capital social mínimo.

▲ No tiene gastos de constitución.

▲ Nos será necesaria escritura pública.

▲ La tramitación será de forma telemática con certificado digital.

▲ Alta en obligaciones fiscales. NIF definitivo, alta en actividades económicas y obligaciones fiscales.

▲ Planificación del proyecto. Hay que realizar un análisis de viabilidad técnica, financiera y legal para evaluar la capacidad de la cooperativa. Hay que elegir un terreno o inmueble viable económicamente, así como un estudio de acceso a la financiación.

▲ Gestión y desarrollo del proyecto. La cooperati-

Una cooperativa de viviendas implica el acuerdo de un grupo de personas con el objetivo común de adquirir, construir o gestionar viviendas de manera colectiva y democrática

¿Cómo formar parte?

- L**OS pasos para entrar en una cooperativa de viviendas son los siguientes:
- Búsqueda de cooperativas activas. Búsqueda en entidades locales, ayuntamientos y asociaciones o federaciones de cooperativas. También en redes sociales, web y foros del sector. Hay que identificar el modelo de cooperativa que queremos (derecho de uso, propiedad o alquiler).
 - Conocer los requisitos. Tenemos que conocer los estatutos y el reglamento de régimen interno y contar con ingresos suficientes para realizar las aportaciones periódicas y las cuotas que se establezcan.
 - Solicitar el ingreso en la cooperativa aportando la documentación.
 - Una vez aceptada la incorporación como socio tendrá el derecho y la obligación de participar en las reuniones, votaciones y toma de decisiones y cumplir con la aportaciones, cuotas y participar en las tareas. ■



va puede optar por la autogestión en el caso de contar entre los socios con profesionales o por la contratación de una gestora.

▲ Distribución y uso de las viviendas. Se puede hacer por sorteo, antigüedad u otros criterios que se establecerán en los estatutos, y pueden ser en propiedad o en derecho de uso.

▲ Régimen jurídico. Las cooperativas de viviendas se regularán con arreglo a lo siguientes bases:

- Ninguna persona física podrá ser titular de derechos sobre más de dos viviendas en el ámbito geográfico que se determine.

- Se establecerán causas de baja justificada de carácter específico, entre las

que se contemplarán el cambio de centro o lugar de trabajo, la situación de desempleo, el aumento del importe de las cantidades para financiar las viviendas en el porcentaje que se fije, el retraso en su entrega y la modificación sustancial de las condiciones del contrato de adjudicación.

- Se establecerán supuestos específicos de sometimiento de las cuentas de la entidad a auditoría.

- Se establecerán supuestos específicos de incompatibilidad con personas que integren las eventuales gestoras de estas entidades.

- En el supuesto de adelanto de cantidades para financiar las viviendas, lo-

cales u otras construcciones complementarias, se efectuarán a través de una entidad de crédito, garantizándose mediante seguro otorgado con entidad aseguradora inscrita y autorizada o mediante aval solidario prestado por la entidad de crédito, de conformidad con la disposición adicional primera de la ley 38/1999 de Ordenación de la Edificación.

- Las sociedades cooperativas de viviendas no podrán disolverse hasta que transcurra un plazo de cinco años desde su ocupación efectiva, u otro superior, fijado en los estatutos sociales o en los convenios suscritos con entidades públicas o privadas. ■

ACES-Andalucía está formada por 3.000 docentes que dan servicio a más de 30.500 alumnos en Andalucía, con una cuota del 20% en toda Andalucía

Isabel G. Suero



Alta demanda de los centros de enseñanza cooperativos en Andalucía

EN Andalucía, actualmente hay 145 centros asociados de enseñanza cooperativos, que se distribuyen de la siguiente manera: 80 centros de educación infantil; 64 centros de enseñanza privada concertada; y 1 centro de enseñanza no obligatoria. Por provincias, Sevilla, cuenta con 64 centros asociados; Málaga, 20 centros; Granada, 16; Córdoba, 13; Jaén, 11; Almería 8; Cádiz 7 centros; y Huelva, 6.

Tal y como indican desde la Asociación andaluza de Centros de Enseñanza de la economía social, ACES-Andalucía, entre los centros de enseñanza cooperativos andaluces referentes, a modo de referencia, hace poco fueron premiados dos centros asociados en los XVII Premios Nacionales de Aprendizaje-Servicio 2024: Cooperativa Ergos FP que ha recibido el Premio Inmigración y Convivencia al proyecto 'Sonríe X Ergos', patrocinado por la ONGD Bosco Global; y la Cooperativa La Loma, distinguida con el Premio de Infantil y Primaria al proyecto 'Piel de Mariposa',

patrocinado por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Estos centros son centros educativos privados subvencionados por fondos públicos por medio del concierto educativo. No solicitan cuotas recurrentes a las familias. De igual forma, las reformas y/o modificaciones de las instalaciones y la mejora del material educativo y de las aulas están asumidos casi en su totalidad por los socios que de la cooperativa.

ACES-Andalucía está formada por 3.000 docentes que dan servicio a más de 30.500 alumnos en Andalucía. Con una cuota del 20% en toda Andalucía, por eso se hacen llamar #LaOtraConcertada.

El modelo educativo de este tipo de centros se basa en valores como la participación, la democracia, igualdad y equidad, gratuidad y libre acceso, atención a la diversidad, laicidad y ciudadanía, inclusividad, compromiso, colaboración, innovación, pensamiento crítico, aprendizaje cooperativo y cultura emprendedora.

El hecho de que el centro educativo esté gestionado por una empresa de economía social, de una cooperativa, en la que los propios profesores son socios y trabajadores, son una garantía de compromiso e implicación en el proyecto empresarial y educativo.

En estos centros educativos se trabaja la educación no solo desde la colaboración del profesorado, alumnado y familias; también participan entidades y organizaciones del entorno, del barrio, ayuntamientos, asociaciones locales, agrupaciones de todo tipo.

Muy valorados

La alta demanda de estos centros son un indicador de la muy buena valoración que familia y alumnos tienen de los servicios que prestan. La confianza en estos centros es el resultado de décadas de trabajo continuado. Algunos centros educativos ya

han cumplido más de 50 años de servicio, año tras año, generación tras generación, y siempre evolucionando e innovando pedagógicamente para estar siempre por delante.

Entre los principales problemas que se encuentran a la hora de poner en marcha un centro de enseñanza cooperativo, sin duda, desde ACES-Andalucía apuntan a la financiación.

“Si tenemos en cuenta que la previsión para la próxima década no resuelve el problema de descenso de natalidad, son dos factores clave que limitan la puesta en marcha de nuevas cooperativas de enseñanza. No obstante, nuestra apuesta está en seguir creciendo con nuevas ofertas educativas, como es el caso de la Formación Profesional, en los centros que ya están consolidados en nuestra red”, explican desde ACES-Andalucía. ■



Somos cooperativa,
somos farmacia



La persona por encima del mero resultado económico

Rocío Blanco / Consejera de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo

El cooperativismo ocupa un lugar protagonista en el ciclo de crecimiento que está registrando la economía de Andalucía en los últimos años. Nuestra Comunidad es un referente nacional en la implantación de un modelo de emprendimiento que sostiene ya más de 6.200 ideas de negocio, con lo que ello implica en términos de generación de riqueza y de empleo a lo largo de todo nuestro territorio.

Hay un dato que revela su fortaleza: una de cada cuatro cooperativas activas en España opera desde Andalucía.

Estos resultados no son causalidad, sino fruto del esfuerzo diario de miles de trabajadores que han sabido aprovechar las ventajas de un modelo empresarial que se adapta a las necesidades y a las características de su entorno, y que

encuentra en la gestión participativa e igualitaria su auténtica razón de ser. No hablamos sólo de una fórmula de éxito en términos de gestión o de desarrollo de proyectos, ya de por sí fundamental, sino también en cuanto a su innegable impacto social, al situar a la persona por encima del mero resultado económico.

Binestar colectivo

La clave es que aquí la rentabilidad se mide no sólo en euros sino, al mismo tiempo, en niveles de bienestar colectivo. Un claro ejemplo de ello es la capacidad de estas empresas para fijar población en sus entornos más inmediatos, contribuyendo así a combatir el fenómeno de la despoblación que tanto afecta desde hace décadas a las zonas de interior y, en

especial, al mundo rural. Desde nuestra Consejería hemos sido siempre conscientes de la notable aportación de este sector al conjunto del tejido productivo. De ahí que desde 2019 hayamos respaldado su actividad con incentivos que suman más de 40 millones de euros destinados, entre otras actuaciones, a fomentar la incorporación de nuevos socios a sus órganos de dirección, pero también a afrontar retos de futuro, como el de la innovación o la mejora de sus niveles de competitividad.

Las cooperativas son el gran baluarte de la Economía Social, un sector que con sus 11.200 entidades y sus 200.000 empleos sitúan también a Andalucía en una clara posición de liderazgo nacional. Basta una mirada a nuestro entorno más inmediato para confirmar su presencia en todos los sectores de actividad.

Quizás no seamos conscientes, pero en nuestro día a día accedemos continuamente a servicios o productos que vienen de la Economía Social.

Facilitan nuestro día a día, en todos los ámbitos, pero estas entidades también se enfrentan a serios obstáculos que como Administración debemos contribuir a superar. Con ese objetivo aprobamos en oc-



tubre de 2023 el Plan Estratégico para el Impulso y la Modernización de la Economía Social en Andalucía (Pimesa), que moviliza casi 11 millones de euros y contempla actuaciones concretas para, entre otros avances, mejorar su visibilidad, incrementar la adecuación de las ayudas al sector, aumentar la dimensión de las empresas de economía social, o facilitar la adaptación a unos mercados cada vez más globales, deslocalizados y vinculados en mayor medida a la digitalización.

Esa es la respuesta que como Gobierno estamos obligados a garantizar a las cooperativas andaluzas, y al conjunto de la Economía Social, como respuesta a su contribución en que la economía de nuestra tierra sea hoy más fuerte, más innovadora y más diversificada, que es como decir en mejorar los estándares de vida de nuestros ciudadanos. ■



SEVILLA

TU **PROVINCIA** PARA INVERTIR AL **SUR DE EUROPA**



Ayudas públicas para ganar competitividad

El peso creciente del cooperativismo se refleja en las ayudas que tanto la Junta de Andalucía como el Gobierno central destinan a la creación de cooperativas, de empleo cooperativista o al aumento de la competitividad del sector

R.A.E.

El sector cooperativista se está convirtiendo en uno de los principales protagonistas de la economía andaluza y española. Es por ello que precisa de estímulos económicos públicos para consolidar su crecimiento.

En el caso del Ejecutivo andaluz, la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo respaldó en 2023 la actividad de las cooperativas andaluzas incentivando la incorporación de 459 nuevos socios. Ese balance es resultado de la convocatoria aprobada en 2023 para el fomento del empleo estable, cualificado y de calidad en empresas del sector de la Economía Social, que contemplaba ayudas de hasta 10.000 euros y que ha movilizado una inversión de 2,4 millones de euros. Esta actuación ha tenido continuidad en 2024 con una nueva convocatoria que se cerró el pasado 30 de agosto, a la que se destinó una partida de 3,72 millones de euros.

Esta consejería aprobó en octubre de 2023 el Plan Estratégico para el Impulso y la Modernización de la Economía Social en Anda-

lucía (Pimesa) 2023-2026, una hoja de ruta que marca las líneas estratégicas y las actuaciones de respaldo a este tipo de actividad. En total, el plan contempla 81 medidas concretas estructuradas en cuatro objetivos, otras tantas líneas estratégicas y 30 programas dotados con un presupuesto inicial de más de 10 millones de euros.

Ley Integral

Por su parte, a nivel nacional se está tramitando el proyecto de Ley Integral de Impulso de la Economía Social, que pondrá en marcha políticas públicas estratégicas de apoyo a este modelo empresarial, así como otros aspectos vinculados a la modernización del marco fiscal. En materia de economía social, el Ejecutivo central cuenta con una Secretaría de Estado propia, una Estrategia nacional y un Perte dotado con más de 1.700 millones de euros. El sector aglutina en España a más de 43.000 empresas, emplea a más de 2,5 millones de personas y representa más del 10% del PIB.

De otro lado, el pasado 3

de diciembre, el Gobierno central aprobó ayudas a inversiones para impulsar la integración de cooperativas agroalimentarias con 100 millones de euros hasta 2027. El objetivo es apoyar inversiones materiales e inmateriales para mejorar la transformación y venta de los productos agrarios de las Entidades Asociativas Prioritarias (EAP) para impulsar su competitividad. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación potencia con estas ayudas la creación de estructuras empresariales agroalimentarias de economía social más competitivas, mejor redimensionadas, modernas e internacionalizadas.

El Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, aprobó un real decreto por el que se establecen las bases reguladoras para la concesión de ayudas a inversiones materiales o inmateriales en transformación, comercialización y/o desarrollo de productos agroalimentarios para el fomento de la integración de entidades asociativas agroalimentarias de carácter supraauto-

nómico, en el marco del Plan Estratégico de la Política Agraria Común (PAC). Esta línea de ayudas favorece el asociacionismo agroalimentario supraautonómico y tiene como beneficiarias a las EAP, reconocidas por el ministerio. Se contempla un presupuesto de 100 millones de euros para apoyar la integración asociativa. Se prevé repartirlo de forma proporcional en tres convocatorias, los años 2025, 2026 y 2027.

Las ayudas buscan conseguir entidades asociativas agroalimentarias basadas en la economía social más eficientes y competitivas, mejor dimensionadas, con capacidad de concentrar la oferta y de adquirir un mayor poder de negociación. Ello les permite mejorar la posición en la cadena alimentaria de sus agricultores y ganaderos socios, y les capacita para hacer frente con mayores garantías a los retos a los que se enfrentan las empresas en los mercados, lo que supone una contribución a la sostenibilidad del sistema agroalimentario y de las zonas rurales. ■





El nivel de riesgo de nuestros Planes de Pensiones para acceder a la bonificación oscila entre 3 y 7. Es un indicador que mide el riesgo del plan de pensiones y se calcula en base a datos históricos que, no obstante, pueden no constituir una indicación fiable del futuro perfil de riesgo del plan. Además, no hay garantías de que la categoría indicada vaya a permanecer inalterable y puede variar a lo largo del tiempo. Puedes consultar la información relativa al nivel de riesgo de nuestros planes de pensiones en www.segurosrga.es.

Alertas de liquidez:

- 66 El cobro de la prestación o el ejercicio del derecho de rescate solo es posible en caso de acaecimiento de alguna de las contingencias o supuestos excepcionales de liquidez regulados en la normativa de planes y fondos de pensiones.
- 66 El valor de los derechos de movilización, de las prestaciones y de los supuestos excepcionales de liquidez depende del valor de mercado de los activos del fondo de pensiones y puede provocar pérdidas relevantes.



Estamos contigo

Total flexibilidad para diseñar tu futuro desde hoy mismo

COMBIjubilación

Consigue una bonificación¹ de hasta un

5%



Para alcanzar el 5% es necesario ser miembro del Plan Disfruta Seguro.²

1. Bonificación válida entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 2024, para planes de pensiones individuales (excluidos Planes RGADinero, RGARenta Fija y Garantizados) y el Plan Individual de Ahorro Sistemático RGAPIAS Unit Linked (Seguro de Vida en el que el Tomador asume el riesgo de la inversión):

- Bonificación del 3% bruto para traspasos solicitados desde otra entidad iguales o superiores a 3.000 € con un plazo de permanencia de 5 años. A esta bonificación el cliente podrá sumar, además: un 1% bruto de bonificación adicional por establecer un calendario de aportaciones periódicas mensuales de 125 € o equivalente anual y/o un 1% bruto de bonificación adicional si es cliente del Plan Disfruta Seguro en el momento de realizar el abono de la bonificación. Si el cliente establece calendario se le sumará un año adicional al plazo de permanencia de 5 años en el Plan. El importe máximo de la bonificación será de 4.000 € brutos.

- Bonificación del 4% bruto para nuevos clientes que hagan una aportación inicial de 1.000 € y establezcan un calendario de aportaciones periódicas mensuales de 125 € o equivalente anual con un plazo de permanencia de 6 años. A esta bonificación el cliente podrá sumar, además, un 1% bruto de bonificación adicional si es cliente del Plan Disfruta Seguro en el momento de realizar el abono de la bonificación. Entidad Gestora de planes de pensiones: RGA Rural Pensiones C.I.F. A 78963675. Entidad Depositaria: Banco Cooperativo Español C.I.F. A 79496055. Entidad Promotora: RGA Rural Vida S.A. C.I.F. A 78229663. Plan Individual de Ahorro Sistemático contratado con RGA Rural Vida S.A. de Seguros y Reaseguros. La comercialización se realiza a través de RGA Mediación Operador de Banca-Seguros Vinculado, inscrito en el registro de mediadores de la DGSFP con CIF A79490264 y clave OV-0006, y con póliza de responsabilidad civil. Caja Rural pertenece a la red de distribución de RGA Mediación OBSV, S.A. Consultar entidades aseguradoras con las que RGA Mediación mantiene un contrato de agencia de seguros en www.segurosrga.es/Documents/Entidades_contrato_RGA_Mediacion.pdf. Bases de la Bonificación y Documento de Datos Fundamentales de planes de pensiones y del Plan Individual de Ahorro Sistemático (Seguro de Vida PIAS) disponibles en www.segurosrga.es.

2. Para ser miembro del Plan Disfruta Seguro se requiere la agrupación mínima de dos de los seguros incluidos en el Plan, siendo al menos uno de ellos de nueva contratación. Todos los seguros asociados al Plan, deben estar contratados en la misma Caja Rural, debiendo estar al corriente de pago con cargo a la tarjeta Tarifa Plana Multitranquilidad. La comercialización se realiza a través de RGA Mediación Operador de Banca-Seguros Vinculado, inscrito en el registro de mediadores de la DGSFP con CIF A79490264 y clave OV-0006, y con póliza de responsabilidad civil, Caja Rural pertenece a la red de distribución de RGA Mediación OBSV, S.A. Consultar entidades aseguradoras con las que RGA Mediación mantiene un contrato de agencia de seguros en http://www.segurosrga.es/Documents/Entidades_contrato_RGA_Mediacion.pdf. Bases del Plan Disfruta Seguro a tu disposición en www.segurosrga.es.

Las empresas cooperativas andaluzas apuestan por la innovación

Un estudio elaborado por Faecta concluye que tres de cada cuatro empresas cooperativas en Andalucía realizan actividades innovadoras. El estudio ha tenido como objetivo la realización de un ranking con las 100 empresas cooperativas que poseen un I+D+i de mayor peso en la región andaluza

I.G.S.

HAY muchas creencias erróneas acerca de las cooperativas. Por un lado, se piensa que la mayoría de cooperativas pertenecen al sector agrario y, por otro, que al formar parte de este sector se cree que no son empresas innovadoras –como si el campo andaluz no estuviera tecnificado hoy en día–.

Para contrarrestar estas creencias, la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas (Faecta) ha elaborado un estudio para analizar la importancia de las actividades de I+D+i dentro del sector, con el objetivo de poner los resultados a disposición del tejido empresarial y contribuir al diseño de posibles estrategias de concentración y colaboración; al impulso de la intercooperación o la creación de clústers o círculos de influencia en diversos sectores.

El estudio ha consistido en una investigación mixta: de un lado, se ha llevado a cabo una metodología cuantitativa, realizando una encuesta digital a 1.000 cooperativas participantes y, de otro lado, una metodología cualitativa, realizando una entrevista semiestructurada con 100

cooperativas, dando como resultado conclusiones robustas y significativas.

En este sentido y, según el estudio, 3 de cada 4 cooperativas andaluzas realizan actividades de I+D+i, lo que marca claramente un enfoque en la incorporación de nuevas ideas, procesos, servicios o productos para mejorar sus procesos corporativos. Profundizando en este dato, el estudio arroja que el 36% de las cooperativas están involucradas en actividades de innovación; el 14%

en actividades de desarrollo, y el 7% en actividades de investigación.

Un aspecto a destacar de las cooperativas del estudio es su enfoque a la intercooperación con otras cooperativas u organismos. Según los resultados, más del 70% de las empresas analizadas intercooperan en materia de I+D+i. Las instituciones y organismos elegidos para ello son: 33% intercooperan con otras empresas cooperativas; el 8% lo hace con universidades; el 6% con consultoras y el

3% con centros tecnológicos y otras entidades de innovación.

El ámbito más destacado en los procesos de I+D+i de las cooperativas es la digitalización o actividades de desarrollo de software, encontrando un total de 50% de las cooperativas involucradas en este campo. En segundo lugar, destacan los servicios de información científica y técnica y la gestión de prototipos. Otros ámbitos menos destacados, igualmente interesantes, son las actividades de prospección, cuidados médicos especializados e industrias piloto.

Sobre la inversión en I+D+i, se puede destacar que casi un 60% han invertido más de 2.000 euros en el último año, mientras que el 20% han invertido más de 5.000 euros, lo que indica una alta tasa de inversión en general.

Asimismo, las subvenciones y ayudas para la I+D+i se llevan a cabo por diferentes administraciones desde hace años, si bien se ha potenciado en los últimos a través de instrumentos como el kit digital. Sobre este tema en concreto, un 61% de las empresas cooperativas encuestadas



Las cinco empresas cooperativas más innovadoras en la comunidad andaluza son T&D Consulting, Fluyes, Gestcoop, Bamen y Bioveral Naturlab



declaran haber solicitado subvenciones a la I+D+i.

Ranking I+D+i

El propósito del estudio ha sido la elaboración de un ránking con las 100 empresas cooperativas con mayor actividad de I+D+i en Andalucía, ordenándolas en 3 categorías diferentes: oro, plata y bronce, en función de la intensidad con la que la aplican en sus organizaciones.

Así, las cinco empresas cooperativas más innovadoras en la comunidad andaluza son T&D Consulting, S.C.A. (soluciones tecnológicas multisectoriales); Fluyes S. C.A. (plataforma web de cocreación de actividades en el medio rural); Gestcoop S.C.A. (optimización de procesos de gestión empresariales); Bamen S.C.A. (estrategias digitales para empresas turísticas); y Bioveral Naturlab, S.C.A. (cosmética natural ecológica). Otras empresas cooperativas también clasificadas dentro de la categoría Oro son Plurigest, S.C.A.; BCM Asesores, S.C.A.; Macrosad, S.C.A.; Inforecloud, S.C.A.; Ecoherencia, S.C.A. y Mowomo, S.C.A. ■

Casos de éxito



Macrosad

El compromiso de Macrosad con el I+D+i se materializa en la creación y la promoción de diferentes iniciativas, programas y herramientas con valor científico. Lo hacen a través de su ecosistema de innovación, del que forman parte la Fundación Ageing Lab, la Cátedra Macrosad de Estudios Intergeneracionales de la Universidad de Granada, la Cátedra Macrosad de I+D+i para la prevención de la Dependencia de la Universidad de Málaga y la Cátedra Macrosad de Trabajo Social Verde de la Universidad Pablo de Olavide, contando, por otro lado, con un largo recorrido en proyectos de innovación. En este sentido, algunos ejemplos de iniciativas de I+D+i promovidas por Macrosad son: la Cátedra Macrosad de Estudios Intergeneracionales de la Universidad de Granada; el Centro Intergeneracional de Referencia (Cinter); el proyecto Harmonía; el proyecto SIGA; el proyecto +Cinter; o el proyecto Zcianext.

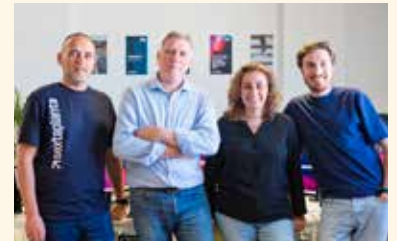
Gestcoop

Transforman la forma de hacer negocios, promoviendo la colaboración y potenciando los sistemas cooperativos como la base para el éxito empresarial. Entre sus proyectos en desarrollo se encuentran: el desarrollo de Plataforma Digital para cooperativas de trabajo vinculadas al sector del Delivery (reparto) como beneficiarios del Perte de Economía Social y de los cuidados; dentro del programa Activa Startup, Datavision Extractor; Extractor de Imágenes de tickets mediante Inteligencia artificial; y plataforma digital de cooperativas de consumo energético. Además, son agentes digitalizadores para el Kit Digital.



Sextaplanta

Es una agencia digital de turismo especializada en la gestión del revenue management y la estrategia digital de hoteles y destinos turísticos. Algunos de los proyectos de innovación relevantes liderados o participados por esta cooperativa son: Six PMS en la nube; Sistema de Gestión de Destino Turístico Inteligente de Andalucía; Comisariado de la Capitalidad Europea de Turismo Inteligente, Málaga 2020; Secure Destination Dashboard; Skills Swap; Smart Data; Ronda Sostenible; Maas (2023–2026); y Soporte de la Oficina del Dato (2023 – 2027).



Kumui

Es una empresa de cosmética natural que busca dejar su huella positiva en el medio ambiente y en las personas, elaborando productos de alta gama basados en una tecnología cosmética no contaminante y de alta calidad, mediante procesos sostenibles, en lotes pequeños, de forma 'artesanal' y con ingredientes biodegradables y naturales. Las labores de investigación y desarrollo de producto son fundamentales en la misión de la empresa. Sobre todo porque basan la eficacia de su cosmética en la biotecnología. Además, la conservación de los productos emulsionados se centra en tecnología prebiótica unida al envasado en botes air-less que mantienen el producto al vacío durante toda su vida útil para que no entre en contacto con bacterias externas y así no se pueda contaminar.

Cinde (T&D Consulting S.C.A.)

Esta consultora en transformación digital, digitalización y normalización con 22 años de experiencia, aplica la innovación tecnológica a varios niveles: en la prestación del servicio; la innovación es el servicio; la innovación es el producto; y en la gestión interna. Cinde es un agente digitalizador de ideas de negocio *on line* que ayuda a mejorar el proyecto, un aliado confiable para hacer crecer el negocio. ■



Dcoop defiende el cooperativismo como la mejor manera de proteger a los agricultores

Desde 2003, llevan 12 fusiones de grupos cooperativos para tener mejor posición negociadora. La cooperativa prevé cerrar 2024 con una facturación de 1.600 millones de euros

AMITAD del siglo XX, muchos agricultores se unieron en cooperativas para defender la comercialización de sus producciones. Esto funcionó y las fue consolidando. Con la globalización, muchas cooperativas pensaron que también había que unirse entre sí para acceder a otros mercados internacionales y avanzar en la cadena de valor. Así surgió Dcoop, la primera cooperativa de segundo grado. Desde 2003, llevan 12 fusiones de grupos cooperativos para tener mejor posición negociadora. Los agricultores y ganaderos ven que la cooperativa defiende mejor sus producciones: que va a ser capaz de venderlas a buen precio, que trabaja para abrir canales de comercialización y que va a conseguir el mejor precio a través de la mejor comercialización y el abaratamiento de costes.

La cooperativa prevé cerrar 2024 con una facturación de 1.600 millones de euros, un 14% más respec-

to a 2023. En 2023, Dcoop exportó más de 635 millones de euros –récord–. Aceite, vino y aceituna de mesa fueron las producciones que más se exportaron por volumen. Por países, Estados Unidos e Italia fueron los principales destinos. El Grupo Dcoop (Dcoop, Mercaóleo y Qorteba) cuenta con una plantilla de 907 personas.

En materia de inversión, han construido una planta de pistacho en Ledaña (Cuenca) y ampliado la de Alcázar de San Juan y Santa Fe; también han mejorado las plantas de Dos Hermanas de aceite y aceituna; o logísticas. El departamento de I+D+i trabaja en numerosos proyectos. Destacamos dos: El Grupo Operativo (G.O.) Bovinolive lleva a cabo el proyecto ‘Obtención sostenible de carne y leche de vacuno por aprovechamiento bio-circular de subproductos del aceite de oliva’ que comenzó en 2023; y el Grupo operativo autonómico RC4GOAT, que busca ga-

rantizar la continuidad y sostenibilidad de las ganaderías caprinas lechera de Andalucía a través de tecnologías digitales.

En sostenibilidad, destaca el Plan de agricultura sostenible en el olivar de Dcoop, que está sometido a verificación independiente por parte de SCS, que certifica con el emblema Sustainably Grown a las explotaciones y cooperativas del grupo que se someten a auditoría para demostrar que producen aceite bajo criterios de conservación del suelo, conservación del agua, protección de la biodiversidad y de los polinizadores y cuidado de las personas. Otro de los grandes proyectos en curso es el cálculo verificado de las emisiones de carbono procedentes de su actividad industrial y de su cadena de valor. Además, recuperan y reutilizan el agua de todos sus procesos industriales y promueven sistemas de riego que maximizan el aprovechamiento de los recursos hídricos.

Dcoop impulsa Futuraqua una apuesta por una mejor gestión hídrica, y ha constituido la comunidad de regantes Dcoop Aceite con 1.063 socios, 9.539 parcelas y 33.217 hectáreas. La participación de Dcoop en el programa ‘Economía Social por el Cambio. Contribución a los ODS y Huella Social’ le ha valido el reconocimiento de su esfuerzo con Fundación Copade, que le ha otorgado el sello ‘Huella ASG. Desempeño Sostenible’.

En materia de RSC, Dcoop desarrolla iniciativas como TuDcoop –proyecto abarca varias acciones formativas, informativas y de colaboración en los territorios donde opera–; el Plan del Olivarero Tradicional –información, formación y ayuda para hacer las explotaciones más rentables–; y MuYJoven –proyecto que busca fomentar la participación de mujeres y jóvenes menores de 40 años en los órganos de gobierno de la cooperativa–. ■

El modelo cooperativo también protege la identidad y la independencia del sector farmacéutico. Bidafarma facturó en 2023 más de 2.810 millones de euros y dio trabajo a 1.800 empleados



Bidafarma prioriza el bienestar colectivo sobre el lucro empresarial

BIDAFARMA es el resultado de la fusión de 12 cooperativas farmacéuticas en 2016. Esta unión fue impulsada por la necesidad de fortalecer el modelo cooperativo frente a los desafíos de un mercado cada vez más globalizado y competitivo, garantizando la continuidad de un sistema que prioriza la proximidad y la equidad.

La elección del modelo cooperativo no fue casual, sino el reflejo del compromiso de los farmacéuticos con los principios de la economía social y con la defensa de su independencia profesional. Bidafarma se constituyó como una cooperativa para garantizar el control democrático y la igualdad entre sus socios, permitiendo que cada uno de ellos participe en la toma de decisiones mediante el principio de 'un socio, un voto'. Este modelo asegura que las decisiones se centren en los intereses de las farmacias y de la so-

ciudad, priorizando el bienestar colectivo sobre el lucro empresarial.

El modelo cooperativo también protege la identidad y la independencia del sector farmacéutico frente a las tendencias globales que priorizan el beneficio económico por encima del bienestar social. Además, permite que Bidafarma reinvierta sus beneficios en proyectos de interés común, fortaleciendo el tejido social y económico de las regiones donde opera.

En 2023, Bidafarma facturó 2.810.024.372 euros y mantuvo una plantilla de 1.689 empleados. Para 2024, las estimaciones apuntan a alcanzar 2.965.000.000 euros, un 5,5% más respecto al año anterior y se prevé un aumento en la plantilla hasta los 1.800 empleados.

Bidafarma tiene un ambicioso plan de inversiones centrado en tres pilares principales: logística, digitalización y sostenibilidad.

Actualmente, están construyendo un nuevo almacén en Camas (Sevilla), lo que mejorará la capilaridad en la zona oeste de la provincia y asegurará un servicio más eficiente a las farmacias.

En el ámbito tecnológico, se han actualizado los sistemas de gestión con SAP y Salesforce, herramientas que fortalecen la comunicación con los socios. Además, Bidafarma sigue invirtiendo en su propia plataforma de formación para ofrecer más de 250 cursos especializados a sus socios.

La innovación es uno de los pilares de Bidafarma. Sus centros logísticos tienen sistemas de robotización que mejoran la eficiencia operativa, reducen costos y tiempos.

En materia de sostenibilidad, la cooperativa ha sido reconocida como la primera en su sector en obtener la certificación Lean & Green, un logro

que destaca su compromiso con la reducción de emisiones de carbono en las operaciones logísticas. Este reconocimiento refleja una serie de acciones concretas que Bidafarma ha implementado para minimizar el impacto ambiental de sus actividades, como la instalación de placas fotovoltaicas en sus instalaciones, y la incorporación de carburantes alternativos en su flota logística. Además, Bidafarma ha renovado su parque de vehículos, integrando modelos más eficientes que producen menores emisiones.

Desde la Fundación Bidafarma realizan programas de detección temprana de enfermedades neurodegenerativas –Alzheimer–; de seguimiento de pacientes con enfermedades crónicas (diabetes, párkinson) y otros enfocados en la accesibilidad a medicamentos, formación sanitaria y apoyo a colectivos vulnerables. ■

Fundada a finales de los años 50, cuenta con 2.000 socios que gestionan 1.162 ganaderías de leche y carne. Junto a tres industrias, constituyen el Grupo Covap

Patricia Balbontín



Covap, un modelo de éxito agroalimentario que pivota sobre la innovación y la sostenibilidad

UNO de los mayores exponentes del cooperativismo agroalimentario en nuestro país es Covap, un innovador proyecto empresarial que nació en Pozoblanco (Córdoba) a finales de los años 50 liderado por el ganadero Ricardo Delgado Vizcaíno. Desde 2008 es su hijo, del mismo nombre, quien preside esta entidad y la ha posicionado en los más altos estándares de producción, comercialización e innovación.

El esqueleto de Covap lo forman sus 2.000 socios ganaderos activos, que gestionan 300 ganaderías de leche (vacuno, caprino y ovino), 260 ganaderías de porcino, 331 ganaderías de vacuno de carne y 271 ganaderías de ovino de carne. Estas explotaciones, ubicadas en Andalucía, Extremadura y Castilla la Mancha, se unen con tres industrias transformadoras (láctea, de alimentación animal y cárnica) y dos filiales distribuidoras en EE.UU. y Reino Unido y constituyen el Grupo Co-

vap. La cooperativa facturó 760 millones de euros en 2023, cifra que sube a los 1.040 millones en el caso del grupo empresarial.

En cuanto a la producción, ronda los 400 millones de litros de leche al año; 130.000 ovinos y 40.000 vacuno de carne; 85.000 cerdos y 668 millones de kilos de alimentación animal.

Esta producción tiene una elevada penetración en el mercado nacional, pero también se vende en una treintena de países.

Alimentos funcionales

La innovación es consustancial a Covap, que cuenta con un extenso porfolio de alimentos funcionales que cada año engrosa con nuevos lanzamientos. Los más recientes han sido la leche con proteínas, dos nuevas variedades de quesos (queso curado de oveja con trufa y queso curado de oveja con ajo negro) y el nuevo pienso para caballos de alta competición ECUS Power+.

La sostenibilidad también permea en sus procesos productivos, con el objetivo de reducir un 80% las emisiones de CO₂ en 2025; un 30% en 2035 y llegar en 2050 a la neutralidad de carbono.

Para conseguirlo, implementan un modelo de agricultura sostenible, con cultivos de proximidad adaptados a la climatología de la zona y dirigidos al mejor aprovechamiento hídrico.

Asimismo, apuestan por un modelo de ganadería sostenible. Bajo este paraguas, desarrollan el proyecto Planet of Plenty junto a la multinacional Alltech para reducir la huella de carbono en sus ganaderías. Y participan en la iniciativa europea Life Carbon Farming, que mide el impacto ambiental de su actividad.

Además, Covap ha sido pionera en administrar a su cabaña de vacuno de leche un suplemento alimenticio que permite la reducción de un 30% de las emisiones de metano que

estos animales generan de manera natural.

Otra medida destacada en este ámbito es la puesta en marcha de una oficina de asesoramiento energético para que las ganaderías ahorren en su consumo. En las industrias, se usan equipos de esterilización indirectos que disminuyen el uso de agua y energía y permiten una mayor calidad de la leche.

El compromiso de Covap por la sostenibilidad se extiende también a los envases de sus productos, diseñados para el reciclaje. La cooperativa trabaja asimismo para valorizar todos los residuos de sus industrias, y por ello ha sido la primera cooperativa agroalimentaria en obtener el sello 'Residuo Cero' de Saica Natur.

Y otra iniciativa destacada ha sido la hibridación de una planta solar, una planta de biogás y una de biomasa, iniciativa que permitirá que más del 80% de la energía que consumen sus industrias provenga de fuentes renovables. ■

Tres MBA con un único objetivo:
Potenciar tus capacidades gerenciales y de liderazgo

AEROSPACE
MBA



QR code

**MINING &
RAW MATERIALS**
MBA



QR code

EXECUTIVE
MBA



QR code

Prepárate para nuevos desafíos

Covirán expande su modelo sostenible

1.843 millones de euros en ventas, 15.076 trabajadores y 2.209 socios gestionando 2.530 tiendas en España y Portugal son algunas de las imponentes cifras de esta cooperativa de distribución granadina que prueba el éxito del modelo cooperativista

Isabel G. Suero

LA decisión de Covirán de constituirse como cooperativa hace 63 años refleja sus valores a largo plazo. La estructura cooperativa prioriza el bienestar de socios y su comunidad, fomentando una gestión democrática donde cada miembro tiene voz y voto. Este modelo promueve la colaboración y el apoyo mutuo. Las ventajas de ser una cooperativa son múltiples: les permite acceder a recursos compartidos, optimizando costos y fortaleciendo su capacidad de negociación. La naturaleza integradora del modelo refuerza su compromiso con la diversidad, inclusión e igualdad, creando un entorno laboral motivador. También impulsa el autoempleo

y emprendimiento, ofreciendo una plataforma sólida para desarrollar negocios con el respaldo de una red de apoyo. Esta estructura les hace más resistentes a las fluctuaciones del mercado y permite mantener un fuerte vínculo con las comunidades locales. Además, les distingue en el mercado, ya que muchas personas y empresas valoran trabajar con organizaciones con un propósito social y ético, reforzando su reputación.

En 2023, Covirán alcanzó los 1.843 millones de euros en ventas, con un crecimiento del 3,2%. La plantilla está formada por 15.076 trabajadores en 2023. El número de empleados creció un 3,2%, con un 92,32% de contra-



tación indefinida. En Andalucía, Covirán es el primer generador de empleo.

La red de Covirán abarca casi todas las comunidades de España (excepto Baleares y Melilla) y todos los distritos de Portugal y sus provincias autónomas. Cerraron 2023 con 2.209 socios gestionando 2.530 tiendas en España y Portugal. Su estrategia se centra en continuar expandiéndose tanto en áreas urbanas como rurales.

La sostenibilidad, el control de costes y la inversión en transformación digital seguirán siendo prioridades en su plan estratégico. Actualmente, están invirtiendo en digitalización, infraestructuras logísticas y cadena de suministro. Han implementado un sistema de gestión integral y planificación de almacenes. En 2023, invirtieron 5,45 millones de euros, un 25% más y, este año, planean cerrar la inversión en otro 20%. Están centrados en reducir su impacto ambiental y fortalecer la economía circular. Además, han mejorado su ERP.

Asimismo, están invirtiendo en tecnología avanzada y procesos innovadores para optimizar la cadena de suministro y responder ágilmente al mercado. La expansión del modelo Covirán Plus

promueve prácticas sostenibles y accesibles.

En 2024, han continuado la transformación con proyectos como Covirán Contigo, modernizando tiendas. Siguen ampliando formatos como Covirán Plus y Origen y desarrollando estrategias de captación de socios.

Covirán ha integrado la sostenibilidad en su estrategia. Así, forma parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. En 2023, lograron reducir sus emisiones en 1.354 toneladas de CO2 mediante la eficiencia energética, la optimización de rutas logísticas y vehículos ecológicos. Apoyan a los productores locales y fomentan la venta de productos sostenibles. Destaca su proyecto de reforestación con el que han plantado en Granada 3.800 árboles en 2023.

Covirán es una empresa socialmente responsable: trabajan en la lucha contra el desperdicio alimentario; colaboran con organizaciones que apoyan a personas en riesgo de exclusión social; sus socios participan en actividades solidarias; cuentan con más mujeres socias que hombres; están negociando el Tercer Plan de Igualdad; desarrollan actividades que fomentan la alimentación saludable, la educación nutricional; y apoyan programas de salud. ■



Macrosad Corporate, nueva identidad y nuevos retos

La sociedad jiennense, especialista en servicios de educación y cuidados a personas, ha cumplido 30 años y afronta una reestructuración empresarial

Patricia Balbontín

ALCANZAR la madurez implica, en ocasiones, tomar decisiones relevantes. En el caso de Macrosad, cumplir 30 años le ha dado ímpetu para evolucionar a Macrosad Corporate y convertirse en un grupo especializado en servicios a personas, conocimiento e inversiones. Con esta nueva identidad, aspira a sellar alianzas estratégicas, avanzar en su expansión territorial y desarrollar nuevos segmentos de actividad. Este año prevé alcanzar una facturación de 150 millones de euros.

Esta sociedad, que hunde sus raíces en Mengíbar (Jaén), está constituida por 21 entidades: cuatro cooperativas de trabajo asociado, dos cooperativas de trabajo sin ánimo de lucro, una cooperativa de segundo grado, una cooperativa de servicios profesionales, tres fundaciones, una asociación, un centro especial de empleo y ocho sociedades limitadas.

A lo largo de estas tres décadas, Macrosad Corporate se ha consolidado como un referente en el sector socio-sanitario, y hoy desarrolla un modelo de marcas y empresas especializadas por segmento poblacional y territorio. Opera en el ámbito

nacional a través de sus tres divisiones de negocio: Macrosad Conectamos Generaciones, Saberlia y Prodeso.

La primera está especializada en servicios a personas y sus 91 centros atienden a más de 17.000 familias. Cuenta con marcas especializadas para cada segmento: Ogara (ayuda a domicilio), Mayoralis (atención a personas mayores), Infantys (escuelas y centros de atención infantil), Evelian (centros de discapacidad), Sercoval (viviendas tuteladas y centros de atención a la mujer) y Plenimus (unidades de servicios de salud mental y emocional).

Otra división es Prodeso, especializada en inversiones financieras y de gestión de activos. Mientras que Saberlia es la nueva filial de Macrosad Corporate enfocada

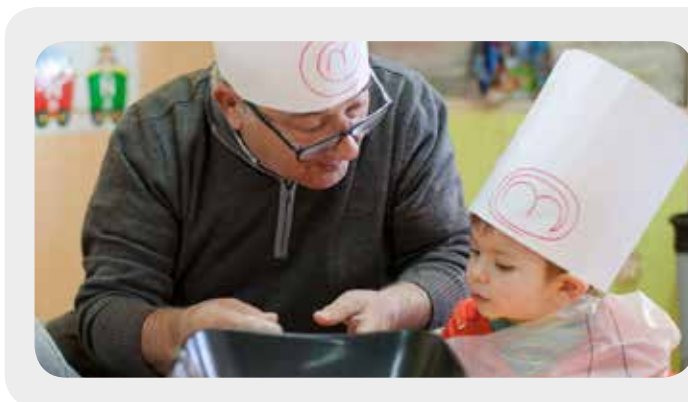


a la investigación y transferencia de conocimiento en el ámbito de la innovación social.

El equipo de Macrosad Corporate está integrado por más de 7.400 profesionales, y el 88% de los puestos de liderazgo ejecutivo están ocupados por mujeres con perfil social.

Macrosad Corporate está muy comprometida con las acciones de sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa, de hecho, hace dos años obtuvo el 'Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO2'.

Macrosad continúa actualmente desarrollando su quinto plan estratégico para los próximos diez años. Su nueva hoja de ruta se fundamenta en tres pilares: desarrollo tecnológico y digital; sostenibilidad y agenda verde; y reestructuración empresarial. ■



INFANTYS

- 19 escuelas infantiles
- 7 Centros de Atención Infantil Temprana
- 2 servicios profesionales

Andalucía y Comunidad Valenciana

PLENIMUS

- 1 centro
- 3 unidades de servicios de salud mental y emocional

Andalucía y Comunidad Valenciana

SERCOVAL

- 7 centros y viviendas tuteladas

Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha

EVELIAN

- 5 centros de discapacidad
- Andalucía y Comunidad Valenciana**

OGARA

- 15.416 usuarios
- Andalucía, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, País Vasco y Castilla La Mancha**

MAYORALIS

- 32 residencias para mayores
 - 8 centros de día
- Andalucía, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, País Vasco y Región de Murcia**

Centro Sur

CESURCA es la historia de la pasión de un grupo de personas de un pueblo, Huétor Tájar (Granada), por los productos más tradicionales de las vegas andaluzas. En la década de los 60, un grupo de agricultores se reunió para la comercialización en común espárragos. En 1977, se constituyó Centro Sur S.C.A. La cooperativa comenzó con 38 socios y no han dejado de crecer incesantemente, de manera que en la actualidad cuenta con más de 1.598 socios, como consecuencia de una apuesta permanente por la calidad y el servicio a los que acompañan el saber hacer de más de 40 años de experiencia y profesionalidad en el sector; gozando de un reconocido prestigio en el ámbito internacional. ■



Unica Group

UNICA Group es una sociedad cooperativa andaluza de segundo grado que destaca por su innovación, tamaño y transparencia. Está formada por 15 cooperativas, cuenta con más de 5,000 agricultores; factura 525 millones de euros; tiene 9.000 hectáreas en producción; comercializa más de 100 productos, más de 500 millones de kilos; y suma 12,000 trabajadores de campo. Entre nuestras certificaciones destacan GlobalG.A.P., GRASP, British Retail Consortium (BRC), Naturland e International Featured Standards (IFS), que garantizan la excelencia en cada producto. Con el fin de conseguir una mejora continua propuesta por la Dirección de la empresa, Unica se adhiere en 2021 al Pacto Mundial como Participant Members (máximo grado de implicación). El modelo de negocio de Unica como cooperativa agrícola tiene muchos valores afines a este compromiso mundial, pero está en nuestra filosofía hacer mucho más. Unica ha vuelto a mantener su posición como la principal exportadora hortícola de España, tal y como publica el informe sectorial Exportación Hortofrutícola Española, de la revista Alimarket. ■



Suca

LA Sociedad Cooperativa Andaluza Suca es una cooperativa de segundo grado dedicada a la venta de complementos auxiliares para la agricultura a todas las cooperativas asociadas a

ella. Comenzaron su andadura empresarial en 1984 contando con cinco cooperativas asociadas. En la actualidad, cuentan con más de 70 cooperativas. Esta ampliación también ha sido de zona de actuación, ya que en un principio trabajaban tan sólo con la provincia de Almería, pero hoy también se encuentran en el interior y costa de Granada (1996), en la provincia de Córdoba (1999), en la provincia de Huelva (2003), en la provincia de Málaga (2010), en la provincia de Jaén (2012), en la comunidad Murciana (2014) y en la provincia de Cádiz (2016). Sus suministros abastecen todos los tipos de agricultura, es decir, bajo plástico, olivar, tropicales, fresa, frutas de Hueso, etc. ■



Ambulancias Barbate

LA S.Coop.And. Ambulancias Barbate, fue constituida como sociedad cooperativa en 1983, dedicada al transporte sanitario por carreteras. Desde entonces, y de manera ininterrumpida, es la empresa de referencia en el sector del transporte sanitario de la provincia de Cádiz. Tiene su sede social e instalaciones principales en Puerto Real, contando con instalaciones y base secundaria en el municipio de Barbate. La plantilla de la empresa está compuesta de 120 personas, 67 son socios-trabajadores y 53 empleados contratados a tiempo completo y contrato indefinido. ■



SAT Sintesis

LA sevillana SAT Sintesis nace en 2012 tras la unión de una serie de productores entorno a la empresa Primor Fruit, S.A. con el objetivo de constituir una OPFH. No es hasta 2015 que la Juna de Andalucía les reconoce como OPFH, por lo que a partir de 2016 SAT Sintesis toma el relevo de la actividad comercial que hasta entonces había desarrollado Primor Fruit. Están situado en Villaverde del Río, Ctra A436, donde se localiza una de sus dos instalaciones de procesado. Cuentan con una segunda instalación en Alcalá del Río. Ambas instalaciones suman 11.500 m² cada una de ellas con capacidad para el procesado de 30.000 tm de cítricos y 10.000 tm de fruta de hueso y cítricos. ■



Grupo Alsara

EN la década de los 60, un reducido grupo de comerciantes, constituye en Córdoba una organización para ofrecer un mejor servicio a sus clientes. Centralizando sus compras, consiguieron abaratar los precios y lograr un mejor abastecimiento. Nace así, Cooperativa de Ultramarinos San Rafael. En sus más de 50 años ininterrumpidos de actividad, Detallistas de Alimentación San Rafael S.C.A., bajo la denominación comercial de Grupo Alsara, se ha convertido en un referente obligado para los comerciantes de alimentación, que buscan su eficacia a través de una organización que respalde su buen hacer, en el día a día en sus supermercados. Casi 1.000 establecimientos, distribuidos por Andalucía, Extremadura y Castilla-La Mancha, avalan su modelo de negocio. Son especialistas en gestionar, conjuntamente con los comerciantes asociados, sus supermercados, liderando la solución más eficaz y solvente para el comerciante independiente. ■



Los Remedios-Picasat

LA Cooperativa Nuestra Señora de los Remedios-Picasat tiene su origen en 1959, cuando se creó una agrupación local de olivareros en el municipio de Olvera, localizado en el corazón de la Sierra de Cádiz. Desde entonces, esta sociedad se ha convertido en una de las más activas del sector en Andalucía, siendo también un referente dentro del sector agrícola y ganadero. En 1973, arrancó el funcionamiento de la almazara y, a lo largo de los años, se han sumado nuevas actividades (fábricas de piensos compuestos, almacenes de cereales, naves ganaderas...). La cooperativa cuenta hoy con casi 5.000 socios. ■

Fresón de Palos

FRESÓN de Palos es una cooperativa productora de fresas, arándanos, frambuesas y moras con tradición agrícola e innovación tecnológica. La Sociedad Cooperativa Andaluza Santa María de La Rábida nace en 1982, siguiendo unos estrictos e ilusionantes principios empresariales basados en la innovación permanente, la calidad de los procesos y cultivos y el cuidado del entorno. Hoy en día, ese gran proyecto es una realidad que les convierte en el mayor productor de fresas de Europa. Son una compañía líder que representa la unión de sus más de 150 socios; el trabajo, campaña tras campaña, de más de 7.000 personas; y más de 70 millones de kg de fruta al año distribuidos en 23 países. Sus berries se producen en la provincia de Huelva. Las 1.300 hectáreas se reparten principalmente en Palos de la Frontera con presencia también en los términos municipales de Moguer, Aljaraque, Almonte, Bonares y Gibraleón. ■



CASI

LA Cooperativa Agrícola San Isidro (CASI) es una de las empresas líderes en la producción de frutas y hortalizas en la provincia de Almería. CASI fue fundada en 1944, cuando un grupo de agricultores de la Huerta y Vega de Almería se unieron con el objetivo de comercializar directamente sus productos en el mercado de abastos de la ciudad. Los primeros años de CASI estuvieron enfocados a la venta diaria de las hortalizas de sus asociados. Desde sus comienzos tendría una importancia especial la venta de una ingente producción de patata, cultivada en la Vega almeriense. La cooperativa ha consolidado su posición en el sector hortofrutícola hasta convertirse en una de las mayores comercializadoras de tomate para consumo en fresco del



mundo. Pero esta hegemonía no se ha conseguido sin esfuerzo, sino superando una larga lista de objetivos: certificaciones de calidad, presentación del producto, adecuación al cliente, búsqueda de nuevos mercados, fidelización de los antiguos, racionalización de instalaciones, mecanización de los procesos, ampliación de la su-

perficie útil, incremento de plantillas, mejora en variedades resistentes, control integrado y biológico, nuevas prácticas culturales, mejores instalaciones en campo, entre otros muchos. CASI comercializa más de 250 millones de kilos por campaña; factura más de 250 millones de euros; y cuenta con 1.500 socios productores. ■



Primaflor

ESTA compañía es una de las líderes del sector agroalimentario español con 50 años de historia. Cuenta con una fuerte presencia internacional y está íntimamente ligada a la innovación y la sostenibilidad. La empresa está especializada en productos frescos como hortalizas de hoja, brotes y ensaladas de IV gama. Dispone de una superficie de cultivo que se reparte entre varias provincias españolas y cuenta con cuatro plantas de manipulación y procesado. Actualmente, la compañía cuenta con más de 2.000 empleados, de diferentes nacionalidades. Con una superficie de cultivo repartidas entre varias provincias españolas y con climatologías diferentes, Primaflor garantiza la continuidad de la calidad de sus productos las 52 semanas del año. ■

Jaencoop

EL Grupo Jaencoop nace en 1986 de la pasión de agricultores y el compromiso de almazaras, en su mayoría con una trayectoria de más de 60 años, con el desarrollo del sector olivarero de la provincia de Jaén. Deciden unirse para crear un grupo especializado en producir y comercializar aceite de oliva de gran calidad, respetando los orígenes y las razones de su existencia: la tradición de elaborar un zumo de aceituna natural. Desde entonces, se han demarcado en el sector para convertirse en el primer grupo cooperativo productor de la provincia, referente a nivel mundial por dimensión, calidad de los productos y servicio a los clientes. Hoy, agrupan más de 26.000 socios, que explotan más de 15 millones de olivos, sobre todo de la variedad picual, y una creciente producción de la variedad arbequina. Estas explotaciones se sitúan en más de 20 términos municipales de la provincia. ■



Caja Rural del Sur

LA entidad financiera Caja Rural del Sur cuenta con una sólida base cooperativa que se ha forjado a través de la unión de varias cajas rurales andaluzas. Su compromiso como Sociedad Cooperativa de Crédito con el sector primario es su seña de identidad, ofreciendo soluciones financieras adaptadas a las necesidades de agricultores y ganaderos. No obstante, a lo largo de los años, ha evolucionado hacia un modelo de banca universal, innovadora y moderna, atendiendo a particulares y a empresas en zonas rurales y urbanas.

Con presencia en Cádiz, Córdoba, Huelva, Sevilla, Málaga y Almería, además la entidad ha consolidado desde 2020 su expansión en Portugal para fortalecer la relación comercial entre empresas andaluzas y portuguesas impulsando su presen-



cia internacional con oficinas en Lisboa y otros puntos del país.

La cercanía, la profesionalidad y la eficacia son los pilares sobre los que se construye su relación con sus más de 800.000 clientes y 136.675 socios. Al ser una cooperativa, sus decisiones se toman pensando en el beneficio de sus socios y de las comunidades en las que opera. Su per-

tenencia al Grupo Caja Rural le permite ofrecer una amplia gama de productos y servicios, respaldados por una red de oficinas a nivel nacional. En definitiva, Caja Rural del Sur es una entidad financiera que combina la tradición cooperativa con la innovación, poniendo siempre al cliente en el centro de su actividad. ■

DCOOP
Tierras con Alma

**Cuidamos
el Medio rural**

Vivimos en el medio rural, dinamizándolo y garantizando el mantenimiento de su valor patrimonial, economía, historia, costumbres y tradiciones.

Síguenos



www.dcoop.es



Givit Delivery

GIMIT Givit Delivery Coop es una cooperativa granadina de trabajo, que realiza la prestación de servicios de mensajería profesional, recadería, reparto, entrega de materiales y documentación. Constituida en octubre de 2019, empezaron con 31 socios y actualmente son más de 300. Punteros en la digitalización del servicio, ofrecen profesionalidad, garantizando un servicio de calidad. Su modelo de cooperación con otras empresas y/o entidades, fundamentado en la inteligencia colectiva, facilita el intercambio de datos, optimizando la toma de decisiones, en situaciones de incertidumbre, adecuado a cada una de ellas. ■

800 Olivos

LA cooperativa 800 Olivos nace en 2022, gracias a un encuentro casual de Manuel y Tatiana que dieron vida a un proyecto que combina la innovación con la tradición, la ambición de construir un mundo rural sostenible, impulsar el rendimiento económico, fomentar la economía circular y preservar la población rural. Todo esto se lleva a cabo a través de un producto que, hasta hoy, rara vez ha recibido el reconocimiento que merece: la hoja del olivo. De esta convergencia surge 800 Olivos junto con Aguadeolivo, un proyecto con varios años de historia. Su principal enfoque hasta ha sido la constancia para demostrar las propiedades y bondades de la hoja del olivo. A partir de aquí, han diseñado una serie de productos para abarcar todos los aspectos de la vida. Estos productos no solo actúan como complementos alimenticios para mejorar la salud, sino que también ofrecen bebidas saludables, refrescantes y ricas en probióticos. Uno de los ejemplos es la ca-



da vez más reconocida kombucha.

Estos emprendedores presentan 800 Olivos, una gama de productos elaborados exclusivamente con hoja de olivo 100% ecológica. Su dedicación a la sostenibilidad y la calidad se refleja en cada botella, desde sus refrescantes kombuchas hasta sus exquisitas ginebras y vodkas. Apuestan por la pureza de la naturaleza, fusionando tradición y innovación para conseguir no solo productos excepcionales, sino también la garantía de contribuir a un mundo más saludable y sostenible.

800 nació con la visión de dar un valor significativo a cada hoja de olivo, respetando la herencia de nuestra tierra y promoviendo un enfoque sostenible hacia la producción alimentaria. ■



El Roble

LA cooperativa El Roble comenzó su andadura en el año 2000 para gestionar la residencia Vicente Ferrer en Castilblanco de los Arroyos (Sevilla). Desde su inicio, entendieron que sus profesionales son su principal capital y la

base de su modelo gira en torno al cuidado del clima laboral y el reconocimiento del valor de cada uno de sus profesionales. Igualmente, apuestan por ofrecer servicios de calidad a las personas mayores aplicando la norma ISO 9001 y el modelo EFQM. Esta visión les convirtió en una entidad de referencia en el sector de los cuidados a las personas mayores y, posteriormente, a la diversificación de sus actividades para incluir formación, consultoría y la gestión de nuevos centros. Además este posicionamiento originó su participación en diversos proyectos en colaboración con la administración pública para mejorar la calidad de los servicios. En la última década, reforzaron su apuesta innovadora con el desarrollo de modelos de calidad de vida y atención centrada en la persona como elementos distintivos de sus actuaciones. ■

Urban Green Club



ESTA cooperativa la forman un grupo de expertos en agroecología dedicados a mejorar y ampliar la infraestructura de huertos urbanos a la que tiene acceso la población. Prestan servicios profesionales y lideran actividades de concienciación medioambiental. Su misión es acelerar la transición a la sostenibilidad a través de los huertos urbanos. ■

Setransfar

ESTA cooperativa malagueña está especializada en distribución y transporte. Setransfar SCA proporciona soluciones de logística personalizadas para empresas que buscan optimizar y mejorar sus operaciones de la cadena de suministro. Su enfoque es diseñar y ofrecer estrategias logísticas eficientes y rentables, adaptadas a las necesidades específicas de cada negocio. Cuentan con más de 130 vehículos disponibles, más de 3.000 m² de almacén, tienen más de 20 años de experiencia y trabajan 24 horas. Entre sus colaboradores destacan Bidafarma y UPS Internacional. Asimismo, cubren todos los sectores (alimentación y bebidas, construcción, industria farmacéutica y salud, moda y ropa, retail y ecommerce). ■



ESTA es una cooperativa TIC especializada en el desarrollo de software para la creación y gestión de sitios web y aplicaciones en internet para clientes directos y agencias. Mowomo está formado por un equipo de profesionales especializados en desarrollo web, diseño de interfaces o productos digitales, desarrollo frontend, desarrollo backend o gestión y mantenimiento de contenidos digitales. Además, son los primeros WooExpert certificados del sur de Europa, lo que les acredita como expertos en WooCommerce. Colaboran con la Comunidad de WordPress internacional, desarrollando plugins que distribuyen libremente y creando eventos para la difusión de WordPress y WooCommerce. ■

Inforcloud

QUE tu empresa esté muy alejada del mundo de la tecnología o que tus conocimientos informáticos sean mínimos, ya no son excusas para no abrazar las últimas novedades tecnológicas y ponerlas al servicio de tu negocio. Desde Inforcloud ponen al servicio de la empresa el mejor hardware, software a medida y todos los productos cloud (software a medida y de terceros, aplicaciones móviles, dominios, hosting, correo, web, ecommerce, SEO, cloud, servidores, hardware, redes y seguridad). Aunque sus oficinas están en Jaén y Granada, sus clientes están repartidos por todo el territorio nacional. Su soporte *on line* es rápido y efectivo, para resolver cualquier problema de forma instantánea y que la empresa pueda seguir trabajando. ■



BCM Asesores

LA actividad de BCM Asesores es la de gestión, asesoramiento, guía de las pequeñas y medianas empresas con una especialización en cooperativas. Por su perfil de cooperativas, asesoran a los autónomos para ampliar sus negocios, inversiones. Hacen especial esfuerzo en poner en contacto a personas de diferentes sectores con el fin de que se apoyen, ayuden y puedan encontrar puntos de crecimiento. También cuentan con un departamento laboral de asesoramiento a los clientes tanto empresas, como particulares. No realizan gestiones de investigación propiamente dichas, pero sí de desarrollo de todas y cada una de las empresas que confían en ellos como gestores y asesores financieros. ■



“Nuestro objetivo es posicionar la cosmética sevillana en el top del sector a nivel nacional”

Estefanía Ferrer

CEO y fundadora de Lico Cosmetics



Andalucía Económica ha celebrado una nueva edición de su ciclo de encuentros ‘Líderes de Nueva Generación’, donde emprendedores y empresarios andaluces cuentan en primera persona su experiencia y trayectoria profesional. En esta ocasión, el ciclo se celebró en el Mercado del Barranco de Sevilla.

Patricia Balbontín

Fotos: Raúl Caro

ESTEFANÍA Ferrer ha revolucionado el sector de la cosmética, y lo ha hecho desde Sevilla, donde esta industria es prácticamente inexistente. Sin premeditación ni referentes, en 2020 apostó por lanzar un proyecto empresarial movida por su pasión por la cosmética y su destreza en formulación. Cuatro años después, Estefanía es el alma mater de Lico Cosmetics, marca que está creciendo de forma exponencial con el objetivo de posicionar la cosmética fabricada en Sevilla en el top del sector nacional.

Esta joven emprendedora, de cuna granadina y sevillana de adopción, ha participado en el ciclo ‘Líderes de Nueva Generación’ celebrado por Andalucía Económica en el Mercado del Barranco de Sevilla. Tras las palabras de bienvenida del director general de la publicación, Alfredo Chávarri; y el breve perfil trazado por el director general de EOI en Andalucía, Francisco Ve-

lasco, Estefanía relató cómo comenzó esta aventura profesional en la que se ha embarcado parte de su familia.

Apasionada de la formulación y las reacciones químicas, en su radar no estaba emprender cuando se licenció como Ingeniera Química por la Escuela Superior de Ingenieros de la Universidad de Sevilla.

Sin embargo, sin ser consciente, desde muy pequeña aprehendió valores consustanciales a los emprendedores, como el sacrificio, la constancia y la disciplina. Valores que adquirió en su etapa escolar, cuando fue deportista profesional de bádminton y llegó a estar becada para la preolimpiada de Sidney 2000. Una ilusión que no pudo cumplir. “Lidiar con esa sensación de fracaso ha sido clave para emprender”, reconoció.

Su trayectoria profesional está ligada a multinacionales como Abengoa o Airbus Defence and Space. En esta última compañía

PATROCINAN:



COLABORAN:



“De facturar 75.000 euros en 2020, cerramos 2023 con seis millones de euros y este año podemos crecer un 30%”

estuvo implantando el reglamento REACH (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de sustancias y mezclas químicas), que vela por la seguridad química del ciudadano europeo.

“Esto me permitió aprender sobre sustancias químicas peligrosas, categorías de toxicidades, restricciones y autorizaciones en la UE. Entonces, entendí que no existía en el mercado el producto cosmético que yo quería, uno que fuese realmente efectivo, pero con ingredientes naturales. Por mi formación, sé que existe una química verde que está libre de peligros y ofrece los resultados que toda mujer queremos ver en nuestra piel. A esta química verde se le puede añadir materia prima natural que complete el listado de ingredientes y potencie los



resultados en la piel”, explicó la ponente.

Respuesta a una necesidad

Según Estefanía, antes del nacimiento de Lico, en el mercado de la cosmética existían dos segmentos de marcas. Por un lado, las marcas de cosmética que se definen como naturales, “pero la cosmética natural no existe, siempre debe incluir una serie de sustancias conservantes, estabilizadores de PH... que no son naturales”

Otro grupo es el de las marcas de laboratorio, que pueden tener activos realmente eficaces, “pero en los ingredientes de la fórmula hay sustancias que a mí, como consumidora, no me

apetece ponerme en la piel”, matizó.

De manera que Lico Cosmetics nace para dar respuesta a la necesidad de Estefanía Ferrer de consumir un producto efectivo y beneficioso para su piel, ofreciendo lo mejor de estas dos tendencias: “Existía un hueco en el mercado, no sabía muy bien cómo emprender, pero tras mi experiencia como empleada en una compañía privada, sí tenía claro lo que no debía hacer como empresaria”

Una compañera de la carrera se une al proyecto de Estefanía y a principios de 2020 comienzan a fabricar los primeros productos que vender por internet. Justo entonces llega el confinamiento y el crecimiento de

los *ecommerce*. “Empezamos a crecer, nuestra tasa de fidelidad era asombrosa, y de repente tuve que tomar una decisión. Pensé: es ahora o nunca. Y decido salir de Airbus y dedicarme *full time* a Lico, era mi pasión”, recordó Estefanía.

Crecimiento exponencial

El proyecto es seleccionado por Lanzadera, la incubadora de empresas de Juan Roig. Y poco después, tras la salida prematura de su socia, el marido de Estefanía, Juan Sabaté, se embarca en esta aventura empresarial. A partir de ahí, el crecimiento de Lico ha sido imparable y exponencial. “De facturar 75.000 euros en 2020, cerramos 2023 con una cifra de negocio de seis millones de euros y este año podemos llegar a crecer un 30%. La plantilla ha pasado de 4 a 34 personas”, comentó la joven empresaria.

Con el objetivo de profesionalizar la empresa y que ésta no se convirtiera “en un cortijo”, el matrimonio decidió dar entrada en el capital al fondo de inversión Bewaters.

Otra decisión estratégica fue internalizar toda la ca-





“Lico Cosmetics nace en un océano rojo, pero ofrece una propuesta diferencial, innovadora, que llega al consumidor de manera distinta”

dena de valor. “Nosotros somos los propietarios intelectuales de la fórmula, algo muy raro en una empresa de pequeño tamaño. Es decir, tenemos un I + D propio, fabricamos internamente; y además nos encargamos de la preparación de los pedidos, y la atención al cliente. Ofrecemos un servicio 360”, explicó esta emprendedora.

Océano rojo

Estefanía y su empresa son un claro ejemplo de que no hace falta tener una gran idea para emprender, ni tener en mente un producto disruptivo. Y es que Lico Cosmetics nace en un océano rojo, como se conoce al mercado que ya existe y tiene mucha competencia. Pero ofrece una propuesta diferencial, innovadora, que llega al consumidor de manera distinta –se vende exclusivamente on line– y cuida al máximo la atención al cliente.

“Transformamos el conocimiento científico en resultados, ofreciendo una serie de tratamientos con altas dosis de innovación que resuelven problemas concretos en la piel”. Y es

que en el porfolio de Lico encontramos productos específicos para mejorar la zona del surco nasogeniano, la zona del cuello, la flacidez corporal e incluso prevenir la caída capilar. “Es una propuesta diferencial porque no existen productos que traten de forma específica este tipo de problemáticas, y ahí es donde hemos visto el nicho de mercado. En Lico abandonamos la innovación, para nosotros es cultura de empresa”, subrayó la ponente.

El secreto es fabricar con materia prima natural “y nos recorremos el planeta buscando los mejores ingredientes para resolver cada problema. Además, formulamos nuestros productos en combinación con

activos de ingeniería”.

Estefanía matizó que su objetivo no es sólo fabricar y ofrecer un buen producto, además “tiene que ser buena la prescripción, tiene que ser bueno el proceso de venta, tiene que ser bueno el envío y tiene que ser bueno el servicio postventa”.

Y vaya si lo ha conseguido, porque Lico cuenta hoy con una legión de Licolovers rendida a su gama de productos.

Retail y línea masculina

Lico Cosmetics es una marca dirigida a las mujeres, aunque Estefanía confesó que sus productos también pueden usarlos los hombres. No obstante, avanzó que quizás en un

futuro desarrollen una línea de productos específica para el sector masculino.

También comentó que el principal desafío de la empresa para 2025 es posicionarse en el sector retail con una tienda física, “estamos estudiando cómo lo vamos a hacer y cuál será nuestra mejor ubicación”, indicó.

El objetivo de esta empresa es seguir creciendo para fomentar el empleo y la riqueza. En este punto, Estefanía comentó que hay muchísimo talento que está buscando de oportunidades para desarrollarse en el mundo de la cosmética. “Cada vez que sacamos una vacante en Lico, aplican en torno a 600 o 700 potenciales candidatos”.

¿Y si las expectativas no se cumplen, volvería Estefanía Ferrer al sector corporate? De momento, esta posibilidad no parece ser una opción. “Creo que estoy viviendo mi mejor momento laboral. Ahora mismo no creo que se me dé una oportunidad igual, porque no tengo una pasión igual que la que siento por Lico Cosmetics. Cuando se emprende, es fundamental tener una pasión importante por el proyecto que estamos creando”.



La ponente, Estefanía Ferrer, estuvo arropada por sus padres, María Teresa Puertas y José Ferrer.



Pedro Pons, de Mediocom Consultores; Beli Pérez, de Oriflame Cosmetics; Antonio Abadías, del Ayuntamiento de Gerena; y Antonio Carrillo, del Consejo Económico y Social de España



Estefanía Ferrer junto a Francisco Velasco, director general de EOI en Andalucía, y Alfredo Chávarri, director general de Andalucía Económica.



Jessica Hidalgo y Belén Carmona, de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Sevilla.



Francisco Velasco, director general de EOI en Andalucía; Allende Bley, de Lamaignere; Ana Llopis, presidenta ejecutiva de Grupo Llopis; y Antonio Muñoz, de Cajasur.



Joaquín Fernández Arteaga junto a Pilar Barra y el catedrático Daniel Alberola.



Juan Sabaté, socio de Lico Cosmetics; Pilar Castillo, de Helvetia; Estefanía Ferrer; y Manuel Sánchez, de Banco Mediolanum.



Inmaculada Barbadillo, directora de Comunicación de Asociación Española Contra el Cáncer; Isabel González Pastor, CEO de Mila Bonis; y Ana Gordillo, Marketing & Business Development.



Pedro Sánchez; Inmaculada Moreno; Lola Fernández, del departamento de Redacción de Andalucía Económica; y Ana Peciña, de HUVR.

Potencial y expectativas del sector de la defensa



La Diputación provincial y Fedeme han elaborado un estudio para conocer las capacidades y oportunidades de negocio de esta industria estratégica para la economía sevillana y andaluza

La industria de defensa, también conocida como Base Industrial y Tecnológica de Defensa (BITD), es un sector estratégico para la economía española y particularmente relevante en Sevilla y su provincia. Para profundizar en su conocimiento, la Diputación de Sevilla, a través de su sociedad Prodetur, ha elaborado el 'Estudio sobre el sector defensa en Sevilla y su provincia' que ha sido coordinado por la Federación de Empresarios del Metal (Fedeme).

Lo que se pretende es disponer de un mayor conocimiento sobre la situación y perspectivas de la industria de defensa en la provincia sevillana, que ponga en valor las capacidades de las empresas que lo conforman y permita identificar oportunidades y tendencias futuras de

desarrollo. Este estudio también se configura como una herramienta clave para facilitar la toma de decisiones y planificar futuras acciones de apoyo al desarrollo del sector.

Existen 79 empresas involucradas en subsectores de defensa en la provincia de Sevilla. El promedio de empleados en estas empresas ha sido de 14.808 entre 2016 y 2022. Se aprecia una clara profesionalización de estas empresas por el aumento de personas con titulación superior.

Estas empresas no solo desarrollan sus actividades en la provincia de Sevilla, sino que tienen carácter internacional. En 2021, la facturación del sector en Sevilla fue de 1.733 millones de euros, el 27,51% del total nacional, con un crecimiento interanual significativo. Además, esta actividad repre-

sentó el 2,03% de la facturación del sector industrial en Andalucía, lo que denota su importancia la economía de la región.

En el ámbito formativo, destacar que las universidades de Sevilla y Cádiz ofrecen programas relevantes en ingeniería y tecnología. Además, programas específicos y másteres en defensa y seguridad proporcionan conocimientos especializados, mientras que la formación continua y la colaboración con centros de investigación y clústeres tecnológicos fomentan la innovación y la transferencia de conocimientos en la región.

Capacidades

El estudio identifica diversas capacidades y áreas de especialización en los sectores de defensa en Sevilla.

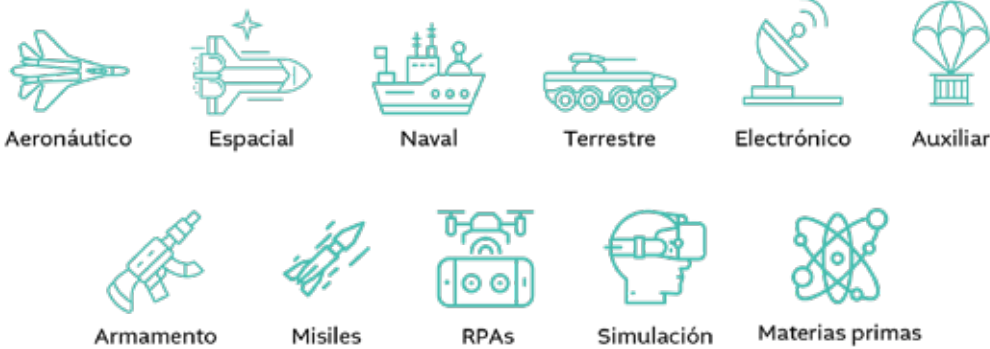
En el sector aeronáutico, destacan las actividades de diseño, fabricación, ensamblaje y mantenimiento de aeronaves, con especialización en estructuras avanzadas, aviónica y tecnologías de simulación.

Por su parte, el sector espacial se distingue por la fabricación de aeroestructuras y sistemas no tripulados, con participación en proyectos de la Agencia Espacial Europea (ESA) y colaboraciones internacionales.

El sector naval contribuye al diseño y suministro de componentes para buques militares. Y el segmento de vehículos de combate y sistemas terrestres se enfocan en la producción de vehículos blindados y tecnologías de control remoto.

El sector electrónico se especializa en sistemas de comunicación encriptados,

SECTOR INDUSTRIAL DE DEFENSA OBJETO DE ESTUDIO



Las futuras subcontrataciones se enfocarán menos en materias primas y más en otras áreas tecnológicas y operativas

radares, navegación GPS y sistemas de mando y control. El sector auxiliar abarca componentes electrónicos, servicios de mantenimiento, reparación y revisión y logística, mientras que el sector de armamento se destaca en la fabricación y ensamblaje de sistemas de armas.

En el ámbito de misiles y RPAs, se desarrollan soluciones avanzadas y drones para aplicaciones militares. Y en cuanto a la industria de simulación, esta proporciona herramientas críticas para el entrenamiento y la planificación operativa.

Finalmente, el sector de defensa en Sevilla anticipa que las futuras subcontrataciones se enfocarán menos en materias primas y más en otras áreas tecnológicas y operativas.

Tendencias futuras

En cuanto a las tendencias del sector, se prevé un avance significativo en el armamento, con nuevas tecnologías de guiado y propulsión, junto con sistemas avanzados de adquisición de objetivos y control de fuego. A largo plazo, se anticipa el uso creciente de armas de



energía dirigida, como láseres y microondas de alta potencia, además de tecnologías emergentes como la propulsión electromagnética e hipersónica. También se espera una mayor automatización de sistemas de armas y la integración de inteligencia artificial.

En el campo de los sistemas electrónicos, se continuará desarrollando tecnología para mejorar las comunicaciones, vigilan-

cia y guerra electrónica, produciendo equipos más ligeros y compactos. Los avances en sistemas de navegación más precisos influirán en el guiado de municiones y la autonomía de las plataformas militares. La protección y la reducción de la detección de plataformas y soldados se mejorarán mediante materiales avanzados más ligeros y resistentes, y la fabricación aditiva simplificará la cadena logística.

La energía y autonomía serán claves, con un aumento en la demanda de almacenamiento debido a la electrificación de plataformas y sistemas militares, y el desarrollo de armas láser. Se avanzará en la autonomía energética de las bases con energías renovables y mejoras en la eficiencia energética.

Para los soldados, se anticipan mejoras en habilidades humanas a través de exoesqueletos, textiles in-





teligentes, interfaces avanzadas, monitoreo de salud y sistemas de apoyo a la decisión. La robótica y los sistemas autónomos verán un aumento en el uso de sistemas no tripulados y una mayor cooperación entre humanos y robots. En tecnología de la información y comunicaciones, se espera una mayor conectividad de redes militares móviles y computación en la nube, con redes de sensores mejorando la toma de decisiones.

La inteligencia artificial jugará un papel clave, mejorando la toma de decisiones autónomas, la inteligencia militar y el entrenamiento a través de simulación virtual y realidad aumentada, mientras que la ciberdefensa será esencial en estas tecnologías.

Conclusiones

A nivel nacional y poniendo el foco en los empleos directos exclusivamente dedicados a la defensa, en 2021 se generaron cerca de 22.000 puestos de trabajo. De todos estos destaca la generación de empleo en la industria de defensa en Madrid, Sevilla y Cádiz. En lo que respecta



Fuente: Registro de empresas de la DGAM del Ministerio de Defensa.

concretamente al empleo en Sevilla, en los últimos siete años se ha superado un promedio de 14.800 personas empleadas, alcanzando su punto máximo en 2020 con más de 16.000 personas. En 2022, el promedio de personas empleadas en empresas del sector de la defensa con centros de trabajo en la provincia de Sevilla se situó en 15.263. El incremento detectado es aún mayor si se pone el foco en el número de empleados/as dedicados/as exclusivamente a la defensa, así como en el número de personas con titulación superior.

De las empresas prospectadas en el presente estudio, prácticamente un 38% son pequeñas. El 79%

ofrece productos o servicios al sector de la defensa producidos también en instalaciones radicadas en Sevilla o provincia y en relación con el eslabón de la cadena de valor de la industria de defensa en la que se ubica la principal actividad a la que se dedican casi la mitad (47,62%) se sitúan en el nivel 3: Materiales, procesos o servicios básicos.

Cerca del 70% de las firmas participantes en el estudio desarrolla su trabajo fundamentalmente en el área terrestre, seguido del aeroespacial. Prácticamente un 90% manifiesta no haber experimentado dificultades en relación a la subcontratación. Aunque las principales necesi-

dades asociadas a este proceso son la falta de presupuesto y de ayudas, así como de personal titulado en soldadura, montaje, fabricación y medios industriales. También señalaron la necesidad de que haya empresas que posean permisos y certificaciones requeridas para proyectos de defensa.

Del análisis desarrollado a lo largo del presente estudio, se extraen aspectos claves que suponen oportunidades, tanto de presente como de futuro, para continuar impulsando el sector de la defensa en la provincia de Sevilla.

- Las nuevas tecnologías pueden mejorar la cadena de suministro, pero deben aplicarse con base en la ex-



En los últimos siete años, se ha superado un promedio de 14.800 personas empleadas, alcanzando su punto máximo en 2020 con más de 16.000 personas

perencia y el conocimiento humano.

- El sector de defensa debe posicionarse bien en el entorno europeo e internacional debido al aumento de iniciativas de cooperación de la Unión Europea.

- La elección de Sevilla como sede de la Agencia Espacial Española y Capital Europea del Espacio ofrece grandes oportunidades e impulsa la innovación regional.

- La creación del Corredor de La Plata fortalecerá las capacidades de defensa y promoverá el desarrollo económico y tecnológico en la provincia, especialmente en el sector terrestre y Alcalá de Guadaíra.

- La Universidad de Sevilla ofrece formación especializada valorada por las empresas del sector en ingeniería aeroespacial, industrial, informática y defensa.

- Andalucía cuenta con grupos de investigación, clústeres, universidades, centros tecnológicos y hasta 66 empresas en el sector

de defensa y seguridad, apoyadas por numerosas pymes auxiliares y startups.

En el estudio se han analizado, además, las principales necesidades que presenta actualmente el sector que deben ser atendidas por parte de las administraciones públicas competentes para poder reforzar el importante potencial que posee el sector en la provincia de Sevilla.

- Financiación e inversión: aumentar la capacidad financiera del sector en Sevilla para desarrollar su potencial, generar empleo y riqueza, y reforzar su capacidad operativa.

- Inversión en I+D: potenciar la financiación en investigación y desarrollo de tecnologías emergentes como inteligencia artificial, ciberseguridad, drones y sistemas autónomos, colaborando con universidades y centros de investigación.

- Retención de talento y capacitación: enfocarse en nuevas tecnologías y habilidades necesarias para el

éxito del sector de la defensa en Sevilla.

- Actualización de procesos de certificación: mejorar los procesos de certificación para subcontratas, garantizando un flujo de subcontratación seguro y eficiente.

- Sostenibilidad: implementar tecnologías que mejoren la sostenibilidad y reduzcan la dependencia de combustibles fósiles en los subsectores de la industria.

- Participación en programas europeos y de la OTAN: involucrarse activamente en proyectos de cooperación europea y en iniciativas de la OTAN.

- Potenciación de áreas con carencias: abordar las deficiencias de subcontratación en áreas como fundiciones especiales, forjas, calderería fina, estampación, tratamientos térmicos y superficiales, y reparaciones de sistemas mecánicos e hidráulicos.

- Análisis de dificultades de las pymes: evaluar y abordar las dificultades de las pymes, esenciales en el

suministro de sistemas de defensa, pero representando el eslabón más débil de la cadena.

En conclusión, el estudio desarrollado por la Diputación de Sevilla y Fedeme aporta información novedosa sobre esta provincia y la caracterización de su tejido empresarial en materia de defensa, que por sí misma alcanza los objetivos planteados por el mismo. Igualmente, este trabajo ha permitido identificar la necesidad de incentivar la participación de las empresas del sector, dirigida a una mayor colaboración y accesibilidad.

Todo ello permitirá, en futuros estudios, aumentar el volumen de respuestas y la exhaustividad de las mismas de cara a su caracterización y a sus planes de futuro, aumentando también el acierto en cuanto al diseño de más y mejores estrategias de competitividad del sector de la defensa en Sevilla y provincia en años venideros. ■

El estudio ha preguntado a empresas sevillanas y se ha obtenido información de gran valor para conocer el tejido empresarial existente e identificar aspectos como expectativas, tendencias y retos de futuro



Requisitos y necesidades del sector sevillano de Base Industrial y Tecnológica de la Defensa

PARA elaborar el 'Estudio sobre el sector de defensa en Sevilla y su provincia', ha sido necesario realizar una consulta a través de encuestas a empresas del sector de Base Industrial y Tecnológica nacional de la Defensa (BITD) con actividad en Sevilla y su provincia. De un universo de 79 empresas, ha participado una muestra de 21 firmas tractoras y auxiliares, lo que supone más de la cuarta parte del tejido empresarial prospectado.

El 38,10% de las empresas que han participado son de tamaño pequeño – tienen menos de 50 personas empleadas y facturan menos de 10 M€ al año–. A éstas les siguen empresas grandes (33,33% de la muestra), medianas (19,05%) y micro (9,52%). En relación con el Registro de empresas de la DGAM del Ministerio de Defensa, el 80,96% de las consultadas están inscritas, el 9,52% no y el 9,52% indicó que no lo sabía.

Las empresas que conforman la muestra ofrecen productos o servicios al sector de defensa que, en su mayoría, un 78,95%, se producen en instalaciones radicadas en Sevilla o provincia. El 21,05% provienen de otros territorios.

El 47,62% de las empresas señalaron que pertenecen al nivel 3 'Materiales, procesos o servicios básicos'. Después, están las empresas cuya actividad principal pertenecía al nivel 1 'Subsistemas principales' (23,81%), las de 'Integración' (19,05%) y aquellas relativas al nivel 2 'Componentes principales' (9,52%).

Las empresas del sector de la defensa desarrollan su actividad en distintos subsectores. Las empresas encuestadas desarrollan su

trabajo en el área terrestre (68,4%), seguido por el aeronáutico y electrónico. El sector menos representado es el de misiles (2,67%).

Dentro del sector, los principales proyectos o encargos en los que están trabajando las empresas encuestadas son: vigilancia y mantenimiento; obras y mantenimiento de instalaciones de defensa; inspección y control de calidad; mantenimiento de sistemas C.I. y revisiones legales de vehículos del ejército; tecnologías avanzadas (realidad virtual y aumentada); aviones eléctricos; posicionamiento y navegación satelital; sistemas de radares y satélites; integración y soporte (sistemas láser en embarcaciones, centros de mando y control de

flota; sistemas de comunicación en aeronaves); soporte y mantenimiento a la flota; programas específicos (European MALE RPAS, FCAS, Edidp; Galileo for EU Defence, A400M); ingeniería para programas (F110, BAM-IS, Fleet Solid Support); vehículos y equipos (vehículos Dragon, Castor, VAC, moto obús y carro de combate Leopard); fabricación de maletas para equipos; C295 avión de transporte militar táctico; y sistemas específicos (Storm).

Respecto a posibles necesidades de subcontratación sobre las que se han detectado carencias, el 80,95% de las empresas indica no haber experimentado dificultades en ese sentido, mientras que el 19,05% indica lo contrario. Algunas de las dificultades señaladas son: validación de subcontratación y talento, escasa representación empresarial local en actividades como fundiciones especiales, forjas, calderería fina, estampa-

Las certificaciones y homologaciones son cruciales para garantizar la seguridad y la calidad, minimizando riesgos y asegurando que los proyectos cumplen con los altos estándares de la industria



ción, tratamientos térmicos y superficiales, reparaciones de sistemas mecánicos e hidráulicos e identificación de la capacidad productiva necesaria.

También se consultó a las empresas sobre obstáculos que encuentran a la hora de cubrir las necesidades de subcontratación. Las encuestadas señalaron la falta de presupuesto – también falta de ayudas–, personal titulado –talento– señalando las áreas de soldadura, montaje, fabricación y medios industriales y otros recursos para suministros complejos que permitan cumplir los plazos de ejecución y la calidad requerida. También señalaron la necesidad de empresas con permisos y certificaciones requeridas para proyectos de defensa.

Un 42,86% de las empresas subcontratistas se encuentran en Sevilla y el 52,38% en otros territorios. Las principales proveedoras radicadas en Sevilla y señaladas son: Aciturri, Airgrup, Airbus, Alter Technology, Bosado, Epidor, Gaotrans, Grupo Cuñado, Grupo Sevilla Control, Industrias aeronáuticas Inasor, Promesur Industrial Components, Skylife Engineering, Sofitec y UMI.

Principales proyectos

Los principales encargos en el sector de defensa que las empresas tienen com-

prometidos para su desarrollo a dos años son los siguientes:

- Obra y mantenimiento de la base logística del ejército en Córdoba.
- Digitalización de servicios de flota, integración de sistemas de comunicaciones en flotas de helicópteros y drones con IA.
- Ingeniería de software y proyectos VCS, CDS, Cifrador Embarcado, IT Hardware y GMN de European MALE RPAS.

- Mantenimiento de vehículos C.I. de diferentes ejércitos y desarrollo en el sector de suministros.
- Inspección de equipos y fabricación de maletas.
- Documentación técnica Airbus y mantenimiento del proyecto UTE.
- Vehículos Dragón, Castor y VAC, Moto Obús y carro de combate Leopard.
- Inspección tanques de Morón.
- Detección de fugas de combustibles.

opuesto, se encuentra las materias primas como menos demandado.

En relación con las capacidades prioritarias que deben poseer principalmente los subcontratistas, las empresas encuestadas señalan:

- Adecuación a los requisitos de defensa. I+D+i, sostenibilidad e innovación aplicada.
- Diseño de ingeniería espacial, fabricación de equipos y desarrollo de componentes electrónicos y librerías de software para procesamiento de imagen y montaje.
- Inteligencia artificial y desarrollo en software específicos, geolocalización y electrónica.
- Ingeniería y mano de



- Liderazgo en el pilar tecnológico de NGWS del programa FCAS, con GMV y Sener Aeroespacial.
- Displays Computer Touchscreen Equipment del programa Vehículo de Combate de Ruedas 8x8 Dragón y proyecto GEFOT para la DGAM.
- Electrónica de distribución y control de radiofrecuencia para antenas de satélites de nueva generación Spainsat NG para Airbus Defence & Space.
- Ingeniería programa BAM-IS y programa FSS.

- Eurodrone, MRTT Neo, C295 MPA Spain, Eurofighter Halcon, Quadriga.
- El sector prevé que, en el próximo año, tendrá la necesidad de contratar servicios o productos del subsector aeronáutico, seguido del terrestre y, en último lugar, el de misiles. En cuanto al medio plazo, las necesidades se prevén cambiantes y que las subcontrataciones giren más en torno a los ámbitos auxiliares y de simulación, seguido por el subsector terrestre. En el extremo

obra especializada, con rápida respuesta y agilidad en la documentación.

- Suministro y reparación de conjuntos mecánicos e hidráulicos.

Asimismo, los requisitos fundamentales para potenciales proveedores de productos y/o servicios son las certificaciones y homologaciones, crucial para garantizar la seguridad y la calidad, minimizando riesgos y asegurando que los proyectos cumplen con los altos estándares requeridos por la industria. ■

“Tenemos que activar urgentemente la ampliación de Aerópolis, porque ya no hay terrenos apropiados para nuevas empresas”

FRANCISCO JAVIER FERNÁNDEZ. Presidente de la Diputación de Sevilla

— **Hasta ahora, no se había realizado un diagnóstico de la industria de la defensa en Sevilla. ¿Cuál ha sido la mayor aportación de este estudio? ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?**

— Quizá lo más destacable haya sido que en ese segmento tenemos un aliado estratégico muy potente para el desarrollo económico de la provincia que, hasta ahora, no lo habíamos dimensionado en su justa importancia.

Y de ese carácter estratégico habla el hecho de que el tejido sevillano de Base Industrial y Tecnológica de Defensa, al que están vinculados 15.000 profesionales en 79 empresas, convierte a Sevilla en la segunda provincia española con mayor volumen de empleo en el sector; después de Madrid. No en vano, en 2021, la facturación del sector en nuestro territorio alcanzó los 1.733 millones de euros, lo que supone el 27,5% del total nacional en este segmento, con una tendencia que además va al alza.

Por tanto, la mayor aportación del estudio es sin duda poner blanco sobre negro, ayudarnos a tomar conciencia del enorme potencial económico de esta industria en nuestra tierra para, desde ahí, intentar impulsar más tejido auxiliar empresarial en torno a esta actividad.

Sin duda era necesario un estudio como el que hemos realizado desde Prodetur para disponer de un mayor conocimiento sobre la situación y perspectivas de este sector estratégico en el territorio y, cómo no, para poner en valor las capacidades de las empresas que lo conforman e identificar oportunidades y tendencias futuras de desarrollo.

Se trata de una industria que comprende los sectores espacial, naval y terrestre, representado en la provincia por grandes compañías tractoras



como son Airbus, Santa Bárbara o Alestis, y con una integral y diversificada industria auxiliar. La principal actividad, según el estudio, se concentra en el área terrestre, seguido por el aeronáutico y electrónico.

Y en ese contexto, Sevilla y su provincia cuentan con una localización geoestratégica clave para la defensa en España, formando parte de dos grandes corredores industriales: el Corredor del Sur, con el emblemático programa A400M; y el Corredor de la Plata, centrado en el montaje de vehículos de combate.

Y a todo esto se une que Sevilla asumió la presidencia de la Comunidad de Ciudades Ariane y en 2022 fue elegida sede de la Agencia Espacial Española. Dos hitos que sin duda refuerzan nuestro liderazgo en el sector espacial, consolidándonos como Ca-

pital Europea del Espacio en 2024. Es ahí donde la provincia destaca por su especialización en diseño y fabricación de aeronaves como el A400M y el C295, el desarrollo de drones militares y tecnologías espaciales en colaboración con la Agencia Espacial Europea.

— **¿Cuáles son los riesgos de depender de una gran compañía tractora como Airbus?**

— Tener un cliente con mucho peso específico en tu cartera total siempre implica riesgos empresariales. Es decir, que la dependencia en los pedidos te sitúa en una posición frágil, aunque en este caso el compromiso, la ligazón y las proyecciones de futuro de Airbus en nuestra tierra están más que fortalecidas. Y como muestra de ello, baste decir que esa compañía ha

“Tenemos una oportunidad inmejorable si logramos generar el caldo de cultivo para que germinen empresas con un alto grado de aplicación de tecnologías enfocadas en los sectores de defensa y aeroespacial”

planteado en estos días impartir FP propia en Sevilla y Madrid, para formar a los nuevos empleados del sector aeronáutico. Y en esa línea, esta corporación ya ha iniciado los trámites para ofrecer formación reglada de grado, al estilo de lo que ya hacen los institutos de enseñanza pública.

No obstante, y en descargo del hecho de tener a un cliente principal que acapara la mayoría de la actividad auxiliar, es necesario aclarar que en el segmento de la defensa y la aeronáutica son pocos los actores principales. O lo que es lo mismo, estamos ante industrias casi monopolísticas, con Airbus y Boeing, por ejemplo en el caso del aire, lo que hace más complicado diversificar tu cartera de clientes.

— **¿Qué va a suponer para el sector la elección de Sevilla como sede de la Agencia Espacial Española y Capital Europea del Espacio?**

— Lo digo siempre que tengo la oportunidad de referirme a este asunto: el hecho de acoger la Agencia Espacial Española tiene que ser para Sevilla y provincia una enorme ventana de oportunidad. Tenemos cien años de experiencia relacionados con la aviación desde que se instalara el primer taller en Tablada, pero ahora estamos en un cambio de ciclo en el que ya, de la aviación, damos el salto a lo espacial.

Y ahí, Sevilla, como siempre, tiene que mantener el idilio que lleva protagonizando desde hace un siglo con este segmento económico.

Y a ello van a contribuir iniciativas como la que antes citábamos de preparar a los profesionales del futuro desde las propias empresas tractoras y, por supuesto, el hecho de albergar una agencia que debe servir para que el hub aeroespacial sevillano se sitúe a la vanguardia en Europa y el mundo entero.

— **Aprovechando este escenario, ¿va a mejorar Sevilla sus dotaciones para favorecer la implantación de empresas nacionales e internacionales relacionadas con este sector?**

— Esto será el tiempo quien lo diga. Pero debo apuntar que, a día de hoy,



“Esta industria está en permanente actualización mediante la inteligencia artificial, automatización o robótica”

para que en el futuro hablemos de un caso de éxito en cuanto a la implantación de empresas nacionales e internacionales aquí, tenemos que activar urgentemente la ampliación de Aerópolis. Así debe ser, porque actualmente el parque aeronáutico está colmatado y, si llegase una corporación con interés para iniciar aquí su actividad, no tendríamos terrenos apropiados para ofrecerle.

Y ahí la responsabilidad, la iniciativa política, es cien por cien competencia de la Junta de Andalucía, a la que ya le hemos reclamado que articule seriamente una estrategia de política industrial en el territorio sevillano que pase por esa ampliación de Aerópolis y la revisión de las áreas de oportunidad del Potaus.

— **Las tecnologías van a jugar un papel determinante en la industria de la defensa. ¿Tenemos capacidades para responder a los nuevos desafíos? ¿Qué debemos mejorar para ser competitivos en este ámbito?**

— Aquí debo decir que creo profundamente en la capacitación y el talento de la gente y de las empresas de esta tierra. Y por tanto, albergo esperanzas de que seremos capaces de mantener la posición estratégica en el ámbito de la industria aeroespacial y de defensa.

Una industria altamente especializada que, debido a esa alta especialización, está en permanente actualización mediante las últimas tecnologías disruptivas, ya sean en clave de inteligencia artificial, automatización o robótica.

Por eso mismo, creo que aquí tenemos una oportunidad inmejorable delante de nuestros ojos si logramos generar el caldo de cultivo para que germinen empresas con un alto grado de aplicación de tecnologías enfocadas en los sectores de defensa y aeroespacial. Con eso alcanzaríamos un grado de especialización muy de nicho que, sin duda, daría muchas alegrías a la economía sevillana.

— **La Universidad de Sevilla imparte programas relevantes en ingeniería y tecnología, pero muchos egresados son captados por multinacionales para trabajar en otros países. ¿Qué podemos hacer para retener este talento?**

— Aquí creo que se conjugan distintos condicionantes que habría que analizar por separado. De un lado está la necesidad de fomentar esos hubs empresariales en torno a segmentos de mercado muy especializados. Pero de otra parte, sin duda, se trata de una cuestión de mentalidad, de que nuestros jóvenes opten por alumbrar startups y proyectos con base tecnológica en lo aeroespacial y en la defensa para implantarse aquí, siempre contando con el apoyo público en lo que se refiere a simplificaciones administrativas y certezas a la hora de emprender.

En definitiva, la implicación para la retención del talento necesita de todas las partes. Lo público, poniendo fácil a los emprendedores y empresarios sus aspiraciones, y lo privado, apostando firmemente por esta tierra. ■

“La IA está desempeñando un papel fundamental en la modernización de nuestras capacidades de defensa”

FRANCISCO JAVIER MORENO, Presidente de Fedeme

— **Teniendo en cuenta el escenario bélico internacional, ¿la industria de la defensa resulta más necesaria que nunca?**

— En el contexto actual, donde las tensiones internacionales y los conflictos bélicos están en constante evolución, la industria de la defensa juega un papel crucial en la protección y seguridad de las naciones. La capacidad de desarrollar y mantener tecnologías avanzadas de defensa no solo garantiza la soberanía nacional, sino que también contribuye a la estabilidad global. En Sevilla, la industria de defensa no solo se dedica a la producción de equipos y sistemas de alta tecnología, también impulsa la innovación y el desarrollo económico local. Es fundamental que sigamos invirtiendo en este sector para estar preparados ante cualquier eventualidad y para fortalecer nuestra posición internacional.

— **¿Cuáles son las previsiones de crecimiento del sector para los próximos años?**

— Los datos que manejamos a partir del ‘Estudio sobre el sector de la Defensa en Sevilla y su Provincia’, promovido por la Diputación de Sevilla, a través de Prodetur, con la coordinación de la Federación de Empresarios del Metal (Fedeme), ponen de relieve la destacada posición del tejido sevillano de Base Industrial y Tecnológica de Defensa, al que están vinculados 15.000 profesionales en 79 empresas, lo que convierte a Sevilla en la segunda provincia española con mayor volumen de empleo en el sector, después de Madrid. En 2021, la facturación del sector en Sevilla alcanzó los 1.733 millones de euros, lo que supone el 27,5 % del total nacional, con una tendencia al alza.

Las previsiones para el sector de la defensa en Sevilla y en España en ge-

neral son muy optimistas. En los últimos años, hemos visto un crecimiento significativo en la facturación y el empleo, impulsado por el aumento del gasto en defensa a nivel nacional e internacional. Según los informes más recientes, se espera que la industria de la defensa continúe su tendencia alcista, con un crecimiento anual estimado que podría superar el 15% en facturación registrado en 2023. Este crecimiento se traduce en más empleo de alta cualificación y se prevé que siga aumentando en los próximos años. En Sevilla, nuestras empresas están bien posicionadas para aprovechar estas oportunidades.

— **¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades del sector de la defensa de Sevilla y su provincia?**

— Del estudio se han extraído aspectos claves que suponen fortalezas y oportunidades, tanto de presente como de futuro, para continuar impulsando el sector de la defensa en la provincia, siendo las siguientes:

- Las nuevas tecnologías pueden contribuir a establecer mejores procesos de relación y producción, fortaleciendo la cadena de suministro. Estas herramientas deben utilizarse sobre la base de la experiencia y el conocimiento humano.
- El continuo aumento de las iniciativas de cooperación en materia de defensa de la Unión Europea supone para el sector la necesidad de posicionarse bien en el entorno europeo e internacional.
- La elección de Sevilla como sede



de la Agencia Espacial Española en diciembre de 2022 y su reelección como Capital Europea del Espacio en 2024 se presentan como ventanas de oportunidades por la importante capacidad tractora que tiene el sector, además de ser un vector fundamental de innovación para la región.

- El impulso de los corredores industriales de defensa con la creación de un cuarto corredor, el del Corredor de La Plata, fortalecerá las capacidades de defensa y promoverá el desarrollo económico y tecnológico provincial, mereciendo una especial mención el sector terrestre y municipios como Alcalá de Guadaíra.

- En el ámbito educativo, la Universidad de Sevilla proporciona for-

“La colaboración y coordinación público-privada es clave y debemos ser capaces de aunar esfuerzos para replicar en defensa el liderazgo y éxito alcanzado en la industria aeroespacial”

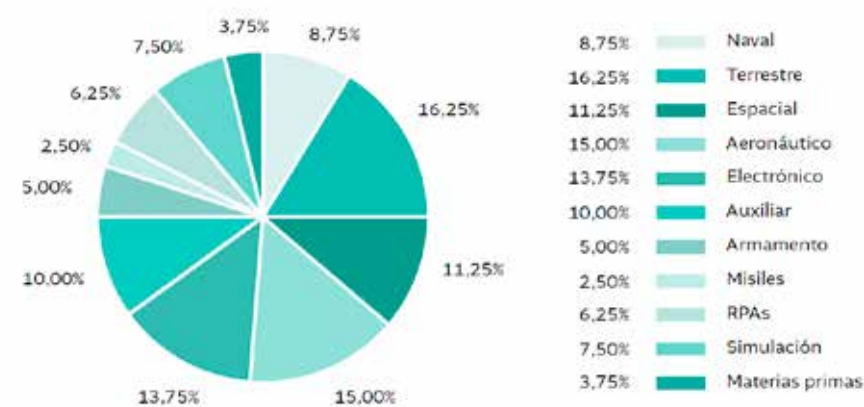
mación altamente valorada por las empresas del sector, como un programa especializado en ingeniería aeroespacial, industrial e informática, además de másteres especializados en defensa, ciberseguridad y defensa electrónica. Asimismo, no podemos olvidar el importante papel que se está desarrollando desde las distintas ramas técnicas de la formación profesional vinculadas a este sector (aeromecánica, aeronáutica, robótica, electrónica, informática y comunicaciones...) las cuales están llamadas a ser un motor importante para el desarrollo del sector de la defensa en Sevilla, proporcionando habilidades técnicas, fomentando la innovación y mejorando la colaboración entre la educación y la industria.

- Asimismo, el sector de la defensa en Sevilla se beneficia, a su vez, del trabajo que se está desarrollando en Andalucía por parte de grupos de investigación, clústeres, universidades y programas especializados, centros de investigación y centros tecnológicos con actividades relacionadas en materia de defensa y seguridad.

— **El sector siempre ha abanderado los grandes avances tecnológicos. ¿Cómo está aplicando la IA a sus productos?**

— La inteligencia artificial está revolucionando la industria de la defensa, permitiendo el desarrollo de sistemas más avanzados y eficientes. En Sevilla, nuestras empresas están integrando IA en una variedad de productos y servicios. Por ejemplo, estamos utilizando IA para mejorar la precisión y la capacidad de respuesta de los sistemas de defensa, desde drones autónomos hasta sistemas de vigilancia avanzada. Además, la IA está siendo aplicada en la ciberseguridad, ayudando a detectar y neutralizar amenazas en tiempo real. Estas innovaciones no solo aumentan la eficacia operativa, sino que también reducen los riesgos para el personal, permitiendo una toma de decisiones más rápida y precisa. En resumen, la IA está desempeñando un papel fundamental en la modernización de nuestras capacidades de defensa, asegurando que estemos

Distribución muestral de los ámbitos desarrollados por las empresas (%)



preparados para los desafíos del futuro, pero no podemos perder de vista que uno de los retos del sector pasa precisamente por seguir destinando recursos e inversión en I+D para potenciar la financiación en investigación y desarrollo en este tipo de tecnologías emergentes.

— **¿En qué ayudaría la constitución en Sevilla de un hub empresarial de la industria de la defensa?**

— La constitución de este espacio de innovación conjunta favorecería la agrupación de todo el tejido empresarial que pivota, no solo en Sevilla, sino en Andalucía, en torno al sector de la defensa y aeroespacial, por su vinculación y el efecto tractor que ejerce en nuestra región.

Esta propuesta, que Fedeme viene reclamando desde hace algún tiempo y que hemos expuesto en diferentes foros y que recientemente se está impulsando también desde el Gobierno de Andalucía, permitiría coordinar a todos los agentes de la innovación vinculados a estos dos sectores que van de la mano, siendo un instrumento de gran ayuda para que las empresas del sector se den a conocer, se aprovechen sinergias y valiéndonos de la fuerza de grupo sigamos atrayendo nuevas e importantes oportunidades de empleo, inversión y generación de riqueza para nuestra tierra.

Ponemos a disposición de las administraciones competentes todo nuestro *know how* como represen-

tantes de las empresas del sector del metal y su industria auxiliar para la consecución exitosa de este proyecto. Y es que la colaboración y coordinación público-privada es clave en este sentido y debemos ser capaces de aunar esfuerzos para replicar en defensa el liderazgo y éxito alcanzado en la industria aeroespacial. Cuando hay voluntad política y ganas de remar para sacar proyectos adelante está demostrado que se pueden hacer grandes cosas.

— **¿Cuál es el peso de los subsectores de la defensa en la provincia?**

— Las empresas del sector de la defensa de Sevilla encuestadas desarrollan su trabajo en el área terrestre (68,4%), seguido por el aeronáutico y electrónico. El sector menos representado es el de misiles (2,67%). De las empresas prospectadas, un 38% de las empresas son pequeñas y un 33% grandes, siendo el resto de tamaño medio o micro. La gran mayoría, 8 de cada 10, están inscritas en el Registro de empresas de la DGAM del Ministerio de Defensa y el 79% ofrece productos o servicios al sector de la defensa producidos en instalaciones radicadas en Sevilla o provincia. Casi la mitad (47,62%) se sitúa en el nivel 3, 'Materiales, procesos o servicios básicos', seguidas de las que pertenecen al nivel 1, 'Subsistemas principales' (23,81%) e 'Integración' (19,05%) y, en la cola, aquellas que se ubican en el nivel 2, 'Componentes principales' (9,52%). ■

Sevilla es la segunda provincia con más empleo en la industria española de la defensa

La Diputación Provincial de Sevilla y la Federación de Empresarios del Metal (Fedeme) han presentado un estudio sobre el potencial del sector en el territorio sevillano



El Hotel Only YOU de Sevilla fue el escenario elegido por la Diputación de Sevilla y la Federación de Empresarios del Metal (Fedeme) para presentar el 'Estudio sobre el sector defensa en Sevilla y su provincia', el primero de sus características.

En esta jornada participaron el presidente de la Diputación de Sevilla, Javier Fernández; el presidente de Fedeme, Francisco Javier Moreno; y el jefe del Área de Gestión Industrial del Ministerio de Defensa, Víctor Riobó. Todos coincidieron en la importante representación del tejido sevillano de Base Industrial y Tecnológica de Defensa, al que están vinculados 15.000 profesionales en 79 empresas, lo que convierte a Sevilla en la segunda provincia española con mayor volumen de empleo en el sector, después de Madrid.

Para el presidente de la Diputación de Sevilla, con este estudio "nos centra-

mos en una industria que es sinónimo de futuro y de oportunidades, gracias a la riqueza y al empleo de calidad que genera. Un activo potentísimo que ha de servir de polo de atracción para que más empresas y más industria puntera se asiente en nuestro territorio, dada nuestra posición inmejorable, que abre puertas al mercado internacional de acuerdo con las estrategias de seguridad y defensa de España y Europa."

Por su parte, Francisco Javier Moreno, presidente de Fedeme, destacó que "los resultados y conclusiones de este estudio resultan claves a la hora de facilitar la toma de decisiones y planificar futuras acciones de apoyo al sector, al tiem-

po que insiste en la necesidad de acción coordinada entre las administraciones con competencias en la materia para replicar en defensa el éxito y liderazgo alcanzado en otros subsectores como el aeroespacial, remarcando el interés de la Federación en colaborar en la constitución de un hub empresarial en torno a la industria de la defensa"

El jefe del Área de Gestión Industrial del Ministerio de Defensa, Víctor Riobó, resaltó la importancia de este estudio "para mejorar el conocimiento sobre la industria de defensa en Sevilla y su provincia. Este análisis permite identificar capacidades y áreas clave, así como oportunidades de crecimiento que refuercen

la autonomía industrial y tecnológica y la competitividad internacional de España, consolidando a Sevilla como un polo de innovación y empleo cualificado"

Una industria estratégica

El estudio ha aportado un mayor conocimiento sobre la situación y perspectivas de un sector estratégico en el territorio, y ha puesto en valor las capacidades de las empresas que lo conforman, identificando oportunidades y tendencias futuras de desarrollo. Se configura, además, como una herramienta clave tanto para facilitar la toma de decisiones como para planificar

"Los resultados de este estudio resultan claves para facilitar la toma de decisiones y planificar futuras acciones de apoyo al sector", destacó el presidente de Fedeme



“Con este estudio nos centramos en una industria que es sinónimo de futuro y de oportunidades, gracias a la riqueza y al empleo de calidad que genera”, afirmó el presidente de la Diputación de Sevilla



futuras acciones de apoyo al desarrollo del sector.

Sevilla y su provincia cuentan con una localización geoestratégica clave para la defensa en España, formando parte de dos grandes corredores industriales: el Corredor del Sur, con el emblemático programa A400M, y el Corredor de la Plata, centrado en

el montaje de vehículos de combate.


Este territorio es uno de los principales centros aeroespaciales del mundo, posición reforzada por su presidencia de la Comunidad de Ciudades Ariane, albergar la sede de la Agencia Espacial Española y ser Capital Europea del Espacio en 2024. ■



TRAS la proyección de un video sobre la materia y la presentación técnica de este estudio por parte del director gerente de FEDEME, Carlos Jacinto Marín, la jornada continuó con una mesa redonda en torno al futuro y nuevas oportunidades para el sector de la defensa en la provincia, en la que han participado el jefe del Área de Gestión Industrial del Ministerio de Defensa, Víctor Rio-bó; el teniente general César Miguel Simón, asesor militar del presidente de Airbus España; Luis Montero, director de proyectos internacionales naval-defensa en Ghenova Ingeniería; Plácido Puentedura, director de Servicio al Cliente y jefe de la planta de GDELS-Santa Bárbara Sistemas de Sevilla; y Pedro García, subdirector-jefe de Estudios de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de la Universidad de Sevilla (ETSI). ■

Mesa redonda





ALMUERZO - COLOQUIO

PORTUGAL - ANDALUCÍA

'RELACIONES EMPRESARIALES Y COMERCIALES'



Andalucía Económica ha organizado un almuerzo-coloquio con representantes de empresas e instituciones andaluzas y portuguesas que mantienen intereses en ambos territorios

Patricia Balbontín | Fotos: Raúl Caro

PATROCINADO POR:



ESPAÑA y Portugal, dos países en una misma unidad territorial. Su proximidad histórica y cultural implica la convergencia de intereses y objetivos en muchos ámbitos, además de una estrecha relación comercial bilateral que se ha intensificado en los últimos años. Para hablar de retos, expectativas y conflictos, Andalucía Económica ha sentado en una misma mesa, en el restaurante Abades Triana de Sevilla, a representantes institucionales y empresariales de ambos territorios.

Eladio Petro Gonçalves director de Operaciones de Caja Rural del Sur en

Portugal, explicó que la filosofía de esta cooperativa de crédito es ofrecer un servicio cercano a las actividades económicas y empresariales sin renunciar al compromiso con el desarrollo social y territorial.

“Lo que nos diferencia de otras entidades financieras es que nosotros reforzamos la banca de proximidad, queremos estar cerca de todas las personas, sobre todo en las áreas rurales, en pueblos pequeños y de interior”

Esta entidad cuenta con 314 oficinas en Andalucía, distribuidas principalmente en las provincias de



Cláudia Boesch
Cónsul general de Portugal en Sevilla

“Este consulado realiza una labor muy importante para relacionar a las empresas con las administraciones públicas, que conocen bien el funcionamiento de los mercados exteriores”



Eladio Petro Gonçalves
Director de Operaciones de
Caja Rural del Sur en Portugal

“Llegamos a Portugal para hacer banca de empresa a petición de clientes de España con inversiones en el país lusitano. Pero cambiamos el modelo inicial de negocio y ahora también apoyamos la economía portuguesa y a empresas lusas con intereses en España”

Sevilla, Huelva y Córdoba fue. Ha sido la primera cooperativa de crédito del sector financiero español en abordar un proyecto de internacionalización, y en 2020 eligió Portugal para desarrollar su actividad financiera. En el país vecino cuenta con dos oficinas, una de empresas en Faro, que ofrece servicio a las regiones del Algarve y el Alentejo; y otra en Lisboa, donde ha establecido los servicios centrales en Portugal.

“En España, nuestros servicios se centran más en las personas físicas, pero llegamos a Portugal para hacer banca de empresa a petición de clientes de España con inversiones en el país lusitano”, explicó Eladio. Sin embargo, “al comprobar que era un mercado interesante, cambiamos el modelo inicial de negocio y también apoyamos la economía portuguesa y a empresas lusas con intereses en España”

Como complemento a la actividad financiera, la entidad también desarrolla una intensa actividad social e institucional en los territorios en los que opera que incluye patrocinios y actuaciones formativas para directivos del sector agro en colaboración con San Telmo Business School.

Precisamente, por su inversión en Portugal y por fomentar las relaciones entre ambos países, el presidente de Caja Rural del

Sur, José Luis García-Palacios, ha recibido este año el Premio ‘Fernando Magallanes para la Cooperación Luso-Española’, otorgado por el Consejo Empresarial Andalucía-Portugal bajo el paraguas del Consulado General en Sevilla.

Este consulado realiza una labor muy importante para relacionar a las empresas con las administraciones públicas, que conocen bien el funcionamiento de los mercados exteriores. Así lo expuso **Cláudia Boesch, cónsul general de Portugal en Sevilla**, que también se refirió al Consejo Empresarial Andalucía-Portugal (CEAP). Integra a algunas de las empresas más dinámicas presentes en ambos mercados para reforzar las relaciones e intercambios empresariales entre Portugal y Andalucía. Este Consejo acaba de nombrar una nueva Directiva con Sovena en la presidencia y Herogra en la vicepresidencia.



Joana Neves
Consejera Económica y Comercial en la
Embajada de Portugal en España

“Las relaciones entre España y Portugal son extraordinariamente positivas en lo económico, social y cultural. Tenemos problemas parecidos y todos ganamos si somos capaces de trabajar juntos y fomentar los negocios”

Por su parte, **Joana Neves, consejera Económica y Comercial en la Embajada de Portugal en España y directora de AICEP en España**, definió de “extraordinariamente positivas” las relaciones entre España y Portugal en el ámbito económico, social y cultural. “Tenemos problemas parecidos y todos ganamos si somos capaces de trabajar juntos y fomentar los negocios entre ambos países”, subrayó.

Según ella, hasta septiembre Andalucía había aumentado casi un 25% las compras a Portugal.

Joana también habló sobre las consecuencias estratégicas y geopolíticas de recientes acontecimientos que han impactado en la economía, como la pandemia, el conflicto geopolítico Rusia-Ucrania, el ataque de Hamás a Israel o la incertidumbre de las elecciones americanas.

De todos estos acontecimientos las empresas han podido extraer algunas lecciones positivas, como la necesidad de digitalizar sus procesos y la urgencia de acometer una nueva estrategia energética.

“España y Portugal





Esteban Gutiérrez
Director general de Covirán

"Llegamos a poblaciones donde nadie llega, en 311 municipios somos la única opción de compra. Tenemos una cuota del 1,8% en España y del 1,3% en Portugal, que crece hasta el 18% y 7,5%, respectivamente, en tiendas de menos de 300 m²"



Enrique Colilles
Director general de Tremond

"España y Portugal son países muy parecidos en economía y relaciones comerciales. A nivel de producción y empleados es indiferente, todo funciona igual"

siempre han defendido en foros internacionales la autonomía energética y la necesidad de desarrollar redes eléctricas con Francia, pero no nos han apoyado", explicó Joana.

Intervino a continuación **Germán del Real, director general de Ayesa**. Esta multinacional, proveedor global de servicios de tecnología e ingeniería, tiene desde hace años una presencia consolidada en el mercado portugués. "Nuestra relación con Portugal es histórica, es un país hermano y nos une una tradición de colaboración importante", aseguró este directivo.

Explicó que han participado en dos de los principales proyectos de Metro de Oporto: la supervisión de la ampliación de la Línea Amarilla y el diseño de la Línea Rubí.

Además, Ayesa ha diseñado la ampliación del complejo industrial de

Repsol en Sines, uno de los centros multienergéticos más avanzados de Europa. Y está participando en el desarrollo de varias instalaciones fotovoltaicas.

También está enraizada en el país vecino **Covirán**, cooperativa de detallistas dedicada a la distribución alimentaria y una de las empresas más importantes de la economía social española y portuguesa. Su **director general, Esteban Gutiérrez**, indicó que actualmente es la cooperativa del sector de la distribución número uno en la Península Ibérica.

Y las cifras lo constatan: Covirán factura 1.800 millones de euros, cuenta con 23 plataformas en España y tres en Portugal para dar cobertura a 2.500 supermercados, 250 en Portugal. Ya son 2.200 socios, 1.500 empleados directos y 18.000 indirectos, de los que 1.800 empleos están en el país vecino.

"Llegamos a poblaciones donde nadie llega, en 311 municipios somos la única opción de compra", matizó y añadió que el grupo tiene una cuota del 1,8% en España y del 1,3% en Portugal, que crece hasta el 18% y 7,5%, respectivamente, en el segmento de tiendas de menos de 300 metros cuadrados.

El modelo de Covirán apuesta por la cercanía, primando siempre el producto local. "Nuestra ventaja competitiva frente a la gran distribución son los propietarios de los supermercados que cada día levantan la persiana", reconoció Esteban Gutiérrez.

La cooperativa encara dos proyectos relevantes. De un lado, 'Covirán Contigo', un modelo de tienda Covirán Plus que nace en Portugal y se ha exportado a España. El objetivo es modernizar algunos establecimientos para mejorar la experiencia de compra

del cliente y dotar a los socios de herramientas competitivas para que tengan un modelo de gestión de tiendas.

De otro lado, el proyecto 'Covirán Origen', que arrancará en enero de 2025, persigue el mismo reto, pero abarcando todas las tiendas.

Enrique Colilles ha afianzado este año su relación con Portugal al abandonar la dirección general de Trops para ocupar el mismo cargo en la empresa lusa **Tremond**, productora líder de almendra y pistacho con un 30% del negocio en España. "Son países muy parecidos en economía y relaciones comerciales. A nivel de producción y empleados es indiferente, todo funciona igual", destacó, añadiendo que "tenemos una gran oportunidad para seguir potenciando las relaciones entre ambos países".

Otra firma referente de



Germán del Real
Director general de Ayesa

"Nuestra relación con Portugal es histórica. Hemos participado en proyectos de Metro de Oporto, hemos diseñado la ampliación del complejo industrial de Repsol en Sines y estamos participando en la ejecución de plantas fotovoltaicas"



Paulo Pisa
Director general de Frimar

"En términos de estrategia, lo fácil sería abrir una delegación en Sevilla o Huelva, pero también existe la posibilidad de asociarnos con mayoristas en Andalucía para la venta de carne de América del Sur"

Los participantes en el coloquio coincidieron en las buenas relaciones que mantienen las empresas andaluzas y portuguesas y en su deseo de seguir intensificándolas

Portugal es **Frimarc**, distribuidora de productos frescos y congelados y la principal importadora de carnes de América del Sur en la Península. Se posiciona en el Top 5 del Algarve portugués por volumen de negocio. Su **director financiero, Paulo Pisa**, explicó que la compañía se encuentra en un proceso de expansión hacia el centro y norte del país y también tiene intención de operar en Andalucía.

“En términos de estrategia, lo fácil sería abrir una delegación en Sevilla o Huelva, pero también existe la posibilidad de no abrir delegación y asociarnos con mayoristas como nosotros que nos representan en esta comunidad para la venta de carne de América del Sur”

Brígido Chambrá es CEO de Chambrá Agraria, una empresa familiar que en sus 25 años de trayectoria ha transformado 80.000 hectáreas en la región portuguesa de Alentejo. “Al principio, esta aventura parecía una locura, el atractivo del proyecto era el embalse de Alqueva que iba a empezar a construirse y que es el mayor de Europa Occidental.” Esta infraestructura ha aumentado el peso de la agricultura en esta zona portuguesa y ha atraído a muchos inversores.

En el Alentejo es especialmente importante el sector del aceite, con ocho de las diez almazaras más importantes del país localizadas en esta región. Además, en Portugal la indus-

tria del olivar esta muy desarrollada e innova con las últimas tecnologías.

Chambrá reconoció que actualmente se identifica más con Portugal que con algunas regiones del norte de España.

Por parte de la Junta de Andalucía intervino en la mesa-coloquio **Fernando Ferrero, director de Internacionalización en Anda-**

lones de euros para proyectos I+D+i empresarial. Además, Andalucía Trade va a poner en marcha en el primer trimestre de 2025 otra línea para apoyar acciones de internacionalización de las pymes andaluzas.

Este directivo aseguró que en los últimos años están aumentando las relaciones comerciales con

que queda mucho por hacer en el ámbito de las cadenas de distribución porque el sector consumo en Portugal es distinto. Luque indicó además que están barajando la posibilidad de entrar en el capital de alguna compañía lusa porque existen muchas oportunidades y sería el primer paso para vender en otros mercados de habla portu-



lucía Trade. Esta agencia aglutina las competencias, servicios y apoyos desarrollados por Extenda-Empresa Pública Andaluza de Promoción Exterior y la Agencia Andaluza del Conocimiento, y está asumiendo las de IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía.

Ferrero se refirió a las tres líneas de ayudas que Andalucía Trade puso en marcha en el pasado mes de julio y que cuentan con un presupuesto total de 244 millones de euros: 208,6 millones para dos líneas de proyectos de Desarrollo Industrial, y 35,6 mi-

Portugal y que más de 3.200 empresas andaluzas exportan de forma regular (cuatro años consecutivos) al mercado luso.

Una de ellas es **DCOOP**, representada en el acto por su **presidente, Antonio Luque**. Indicó que el mercado portugués supone el 10% de la producción de aceites y aceitunas del grupo, que en total supera los cien millones de euros. Algunos socios de esta cooperativa tienen almazaras e industrias en el país vecino, donde el supe-rávit hídrico es un aliado para la producción.

Este empresario asegura

guesa como Brasil. “Es el segundo país consumidor, pero para vender en Brasil hay que tener marca portuguesa”, explicó.

A nivel geopolítico, el presidente de DCOOP expresó su preocupación por cómo va a afectar a la ganadería de la Península el acuerdo UE-Mercosur y se preguntó si Europa y el Gobierno español van a ser capaces de defender los intereses del sector agro frente a las políticas proteccionistas de Donald Trump.

Estanislao Martínez es presidente de AGQ Labs, un centro tecnológico fundamentado en laboratorios



Brígido Chambrá
CEO de Chambrá Agraria

"Al principio, esta aventura parecía una locura, el atractivo del proyecto era el embalse de Alqueva que iba a empezar a construirse y que es el mayor de Europa Occidental. Esta infraestructura ha atraído a muchos inversores"



Antonio Luque
Presidente de Dcoop

"Estamos barajando la posibilidad de entrar en el capital de alguna compañía lusa porque existen muchas oportunidades y sería el primer paso para vender en otros mercados de habla portuguesa, como Brasil"

de análisis, ensayos avanzados e ingeniería química especializada. Ofrece soluciones sostenibles y servicios de valor dirigidos a distintos sectores relacionados con el sector agroalimentario, farmacológico, medioambiental y minero. Desde sus inicios, hace 30 años, cuenta con clientes en Portugal. "Nosotros hablamos de mercado ibérico por temas logísticos, de cultura y proximidad", aseguró este empresario.

La compañía está presente en una veintena de países de cuatro continentes con más de 1.200 profesionales y ha desplegado una extensa red de laboratorios y centros logísticos a nivel internacional, uno de ellos en Portugal. "Tenemos una estrategia de proximidad porque nuestros ensayos son críticos para ga-

rantizar la inocuidad de alimentos o el control de una explotación. De este modo, tenemos mayor y mejor capacidad de respuesta", indicó Martínez.

Uno de los hitos recientes ha sido la alianza con Labiagro. Ambas empresas han decidido unir fuerzas para operar a través de una única empresa, AGQ Portugal SRL, y bajo la marca AGQ Labiagro. Ofrecerán una gama más amplia y diferenciada de servicios de control de calidad y seguridad alimentaria, especialmente en análisis de residuos de plaguicidas y microcontaminantes, así como en servicios agronómicos de dirección nutricional de cultivos, donde AGQ Labs es el principal especialista global.

En nombre de la compañía Herogra participó en la jornada **José Luis Cobián,**

director gerente de Hispalense de Líquidos. Esta centenaria compañía granadina propiedad de la familia Romero, se dedica a la nutrición vegetal y ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos 30 años. El grupo lo forman 14 empresas, unas instalaciones en el Puerto de Motril, una fábrica de abonos líquidos en el puerto de Sevilla y otra de abonos sólidos en el Polígono la Isla. Cuenta también con delegaciones en China, Nicaragua y Perú.

Anualmente, comercializa unas 550.000 toneladas de fertilizantes sólidos y líquidos. El 12% de la facturación de Grupo Herogra, que ronda los 200 millones de euros, procede de Portugal. Este mercado supone el 20% del negocio de Hispalense de Líquidos.

En estos momentos, los

esfuerzos de la compañía se centran en aumentar sus ventas de fertilizantes en Portugal, por el potencial del sector agro en este país. "Alqueva está siendo todo un revulsivo, su seguridad de agua de riego –hasta ahora– nos alienta a potenciar nuestra presencia en el mercado portugués", aseguró este directivo.

Cobián es asimismo vicepresidente de CEAP y animó a las empresas a integrarse en esta asociación para fomentar las relaciones empresariales y comerciales entre ambos países.

Cerró la ronda de intervenciones **Antonio Ortega, director general de AND&OR,** fabricante de maquinaria para la industria del envase y envasado, fundamentalmente en el sector del aceite, y proveedor de soluciones a medida en automatización y digitalización de procesos en el sector de la intralogística.

La compañía familiar, con sede en Palomares del Río (Sevilla) ha adquirido la firma lusa Icebel, dedicada a la fabricación de maquinaria para la industria del vidrio, que venden posteriormente a toda Europa. "Vendemos a muchas fábricas concentradas en pocos grupos empresariales, somos referente en la Península, podemos competir con otros países como Alemania", aseguró Ortega. ■





Fernando Ferrero

Director de Internacionalización en Andalucía Trade

“En los últimos años, están aumentando las relaciones comerciales con Portugal y ya son más de 3.200 las empresas andaluzas que exportan de forma regular (cuatro años consecutivos) al mercado luso”



Estanislao Martínez

Presidente de Agq Labs

“Tenemos una estrategia de proximidad porque nuestros ensayos son críticos para garantizar la inocuidad de alimentos o el control de una explotación. De este modo, tenemos mayor y mejor capacidad de respuesta”



Antonio Ortega

Director general de AND&OR

“Hemos adquirido la firma lusa Icebel, dedicada a la fabricación de maquinaria para la industria del vidrio. Vendemos a muchas fábricas europeas y somos referente en la Península, podemos competir con otros países como Alemania”



José Luis Cobián

Director gerente de Hispalense de Líquidos (Herogra Group)

“Queremos aumentar la venta de fertilizantes en Portugal. Alqueva está siendo todo un revulsivo, su seguridad de agua de riego –hasta ahora– nos alienta a potenciar nuestra presencia en el mercado portugués”

AGUA

Antonio Luque (DCOOP) planteó la revisión del Convenio de Albufeira, firmado hace 25 años para establecer los compromisos de España y Portugal en la gestión de los cinco ríos que comparten ambos países (Miño, Lima, Duero, Tajo y Guadiana).

Claudia Boesh (Consulado Portugal) se refirió a la toma de agua en Pomarão (Boca-Chança), en la frontera entre Mértola y Huelva, que quedó sin regular porque fue posterior a este tratado. Y señaló la necesidad de ‘ajustar cuentas’ entre Portugal y España por el consumo de agua.

Brígido Chambra (Chambra Agraria) aseguró que el agua que se deja pasar por el Convenio de Albufeira no está bien regulada en función de la pluviometría de ambos países. También indicó que, a diferencia de lo que ocurre en España, los agricultores portugueses pueden construir en sus explotaciones balsas para riego propio, sólo tienen que comunicarlo a la administración competente y hasta pueden recibir una subvención del 50%.

PANTANOS

Antonio Luque (DCOOP) comentó que en España existe una injustificada animadversión hacia las presas, pero la realidad es que evitan desgracias personales y son infraestructuras que crean empleo.

Brígido Chambra (Chambra Agraria) indicó que en Portugal hay una tendencia ecologista muy fuerte en contra de la agricultura intensiva, especialmente el olivar, porque se relaciona con contaminación; no se puede plantar olivar a menos de cien metros de una vivienda.

FISCALIDAD

Algunos directivos coincidieron en que hay poca diferencia entre ambos países. **Antonio Ortega (AND&OR)** precisó que España tiene mejores condiciones en el Impuesto de Sociedades porque tiene una deducción fiscal por I+D. “En Portugal estamos al 22,5% apenas sin deducciones, más los gastos no deducibles nos vamos a un tipo real de casi el 25%”

En Portugal existe el sistema de incentivos Sifide, que permite deducir

COLOQUIO

del impuesto sobre sociedades los gastos en que incurra la empresa con motivo de la inversión en I+D.

Respecto a seguros sociales, las empresas en Portugal pagan un 23% del salario bruto, frente al 35% que se paga en España.

REGULACIONES

Estanislao Martínez (AGQ LABS) indicó que Portugal está resultando muy atractiva para grandes inversores internacionales porque hay agua, disponibilidad de suelo y buen clima.

Brígido Chambra (Chambra Agraria) dijo que en burocracia, Portugal ha empeorado en los últimos años y es más lenta que en España.

MARCA PORTUGUESA

Covirán traduce todas sus marcas al portugués, mientras que **DCOOP** comercializa sus productos con marcas distintas en España y Portugal. Por su parte, **Eladio Petro Gonçalves** señaló que **Caja Rural del Sur**, en un principio, pensó en traducir su enseña al portugués, pero finalmente han mantenido la original porque se reconoce mejor. ■

“La pasión, el conocimiento heredado y la búsqueda constante de la excelencia son los pilares de nuestro éxito”

LUIS VAÑÓ

*Key Account Manager
de Castillo de Canena*

— **Acaban de lanzar la XIX edición del Primer Día de Cosecha, ¿cómo ha resultado?**

— Pues ha sido realmente excepcional, con aceites de calidad sobresaliente gracias a unas condiciones climáticas óptimas. Este año, rendimos homenaje al arquitecto renacentista Andrés de Vandelvira, vinculando su legado histórico a nuestros olivares. Las aceitunas se recolectaron en pagos cuidadosamente seleccionados por sus características únicas, destacando la calidad y el simbolismo de esta edición.

— **¿Qué expectativas barajan para la campaña actual? ¿Qué papel van a jugar las intensas lluvias de los últimos meses?**

— Anticipamos una producción de aceite de oliva de alta calidad, aunque con un volumen moderado. Las intensas lluvias de los últimos meses han tenido un impacto dual: por un lado, han beneficiado la hidratación de los olivos, mejorando la calidad del fruto; por otro, han dificultado las labores de recolección y podrían afectar el rendimiento final. A pesar de estos desafíos, mantenemos nuestro compromiso con la excelencia, adaptando nuestras prácticas agrícolas para garantizar la máxima calidad en nuestros aceites.

— **¿Cuál es el secreto de producir uno de los mejores aceites del mundo?**

— El secreto no es otro que combinar tradición e innovación con un profundo respeto por la natu-



raleza. En Castillo de Canena, cuidamos cada detalle del proceso: desde la selección meticulosa de los pagos y variedades hasta el momento exacto de recolección, siempre buscando el equilibrio perfecto entre calidad y sostenibilidad.

Además, invertimos constantemente en investigación para optimizar técnicas agrícolas y enológicas, preservando los sabores y aromas únicos de nuestros aceites. La pasión, el conocimiento heredado y la búsqueda constante de la excelencia son los pilares de nuestro éxito.

— **¿Qué innovaciones tecnológicas aplican a sus procesos? ¿Cuál es el resultado?**

— En Castillo de Canena aplicamos tecnología de vanguardia en cada etapa del proceso:

- Visión artificial para seleccionar aceitunas perfectas.
- Blockchain para garantizar trazabilidad y transparencia.
- Agricultura de precisión para optimizar sostenibilidad y calidad.

El resultado es un aceite excepcional, con perfiles únicos y un fuerte compromiso con el medioambiente y

la confianza del consumidor.

— **Usted pertenece a la novena generación de una familia que se dedica desde 1780 a la actividad del olivar y la evolución e innovación han sido constantes. ¿Qué retos tiene por delante esta compañía?**

— Nuestro reto es liderar la innovación manteniendo nuestras raíces, creando aceites únicos y sostenibles frente a desafíos como el cambio climático. Además, buscamos expandir nuestra presencia internacional, llevando la excelencia de Castillo de Canena a nuevos mercados, siempre fieles a nuestra tradición.

— **¿Qué relación mantiene Castillo de Canena con universidades y centros de investigación e innovación?**

— Colaboramos con universidades como la de Jaén y centros de investigación como UC Davis Olive Center. Juntos impulsamos proyectos de investigación y premios en el ámbito oleícola, desarrollando nuevos productos funcionales y avanzando en sostenibilidad y calidad. Estas alianzas nos permiten integrar los últimos avances científicos en nuestros procesos. ■

Mercado Victoria: premiado por la excelencia en gastronomía, ocio y cultura en Córdoba

Este mercado se ha consolidado como un punto de encuentro imprescindible en Córdoba, gracias a la calidad y diversidad de sus propuestas culinarias, tanto nacionales como internacionales, junto con los platos más representativos de la provincia

El Mercado Victoria de Córdoba es un espacio único que combina a la perfección una excelente y variada oferta gastronómica con el mejor ambiente de la ciudad. Este mercado se ha consolidado como un punto de encuentro imprescindible en Córdoba, gracias a la calidad y diversidad de sus propuestas culinarias, tanto nacionales como internacionales, junto con los platos más representativos de la provincia.

En sus más de 20 puestos gastronómicos, los visitantes pueden disfrutar de una experiencia inigualable: carnes y hamburguesas de máxima calidad, salmorejos, tortillas, osstras, arroces, pulpo, mariscos y los mejores ibéricos, así como opciones internacionales como cocina italiana, argentina, asiática y árabe, con alternativas Halal y una variedad para celíacos e intolerantes a la lactosa. Todo esto se complementa con una selecta oferta de vinos, que incluye cerca de 100 referencias para copear, incluyendo las reconocidas Montilla-Moriles.

El propio recinto es también una joya. El Mercado Victoria ocupa una antigua caseta del ‘Círculo de la

Amistad’, una estructura de forja de 1877 cubierta de zinc. Este histórico edificio aporta un valor patrimonial y cultural que convierte al mercado en un lugar único.

El espacio también destaca por su capacidad para albergar eventos tanto particulares como profesionales, ofreciendo servicios personalizados y múltiples espacios adaptables, incluyendo interiores climatizados y terrazas exteriores. Asimismo, el mercado organiza un variado programa sociocultural que incluye talleres de cocina, música en directo, catas de vinos y aceites de oliva virgen extra y actuaciones para todos los públicos, con-



solidándose como un punto de referencia gastronómico, cultural y de ocio en Córdoba.

Reconocimientos

En el último año y medio, el Mercado Victoria ha recibido tres prestigiosos reconocimientos:

- Spain Prestige Awards’ en la categoría ‘Food Hall of the Year’, por su destacada trayectoria, calidad de servicio e innovación constante.
- Premio Auténtica Excelente Awards 2023, como ‘Establecimiento de Hoste-

lería con Valores Auténtica’, por su compromiso con la autenticidad y la sostenibilidad.

• Premio Andalucía Excelente’ en su XI Edición, en la categoría ‘Turismo’, que reconoce su destacada contribución al turismo, la gastronomía y la cultura en Córdoba.

Estos premios reflejan el esfuerzo, la calidad y el compromiso que respaldan este proyecto, que desde su inauguración en 2013 no solo ha transformado la oferta gastronómica y cultural de Córdoba, sino también la de toda Andalucía. ■

En sus más de 20 puestos gastronómicos, los visitantes pueden disfrutar de una experiencia inigualable que incluye cerca de 100 referencias para copear



Monva refuerza su apuesta por los AOVE ecológicos

La empresa jienense, con presencia comercial en 25 mercados internacionales, cuenta con la norma ISO 14001, las certificaciones de Agricultura Ecológica y Producción Integrada, así como el sello Olivares Vivos de SEO/Birdlife

Isabel G. Suero



MONVA es una empresa familiar radicada en Mancha Real (Jaén) de la familia Montabes Vañó, con 53 años de historia, que se dedica a la elaboración de aceite de oliva virgen extra. La empresa comercializa las marcas Dominus, Huerta Los Caños, Valle Mágina, Montabes y Oliver –AOVE especialmente desarrollado para su consumo durante la infancia–.

Monva cuenta, entre otras, con varias certificaciones de protección medioambiental como la norma ISO 14001, las certificaciones de Agricultura Ecológica y Producción Integrada, así como el sello Olivares Vivos de SEO/Birdlife que potencia la biodiversidad en la plantación de olivar.

Hemos hablado con Luis Montabes, director general de Monva, para conocer las últimas novedades de la empresa y del sector. Montabes afirma que “la nueva cosecha 2024/2025 está siendo generosa en términos de calidad para nuestro aceite premium, gracias a una climatología favorable que está permitiendo realizar un proceso de recolección del fruto muy rá-

pido. En cuanto a las expectativas de volumen de aceite obtenido, es una satisfacción volver a cifras de producción habituales tras esos dos años tan duros para el sector. Es una maravilla salir al campo y ver aceituna en el árbol en una cantidad más normal. En el pasado año agrícola, las lluvias se concentraron en primavera, lo que permitió una floración del árbol potente y un buen cuaje del fruto. Más tarde y a nivel regional, tuvimos un verano particularmente seco tras el que llegaron esas lluvias a principios de otoño tan ansiadas”.

Las previsiones que manejan son las de volver a la media de producción de los cinco años anteriores a la llegada de estas dos cosechas fatídicas, “aunque dependemos de factores como el rendimien-

to de la aceituna –la cantidad de aceite que contiene el fruto en términos porcentuales, respecto a su peso– que solo podremos conocer una vez terminada la cosecha. Se espera un precio menor del aceite fruto de la mayor disponibilidad de aceite de oliva a nivel mundial”.

Monva ha afrontado grandes desafíos este año debido a la reducción del volumen de aceite disponible, lo que ha supuesto todo un reto para toda la cadena de valor. “La fidelidad de nuestros clientes en un entorno de precio particularmente creciente ha sido fundamental para afrontarlos, junto con la máxima optimización posible de los recursos disponibles”, explica Luis.

En su opinión, “afrontar el cambio climático supone un hito diario para cualquier empresa del sector primario y siendo como somos trabajadores esenciales para la so-

ciudad, los agricultores y ganaderos cargamos con una gran responsabilidad en este difícil entorno. Seguiremos necesitando el apoyo de las instituciones públicas para velar por el cuidado de nuestra tierra y para asumir las recomendaciones de los expertos a la hora de reducir el impacto medioambiental de nuestros procesos sin incrementar con ello el coste de producción”, reclama Montabes.

En 2025, desde la empresa ahondarán en los procesos de certificación de la calidad de sus procesos, así como en la potenciación de la biodiversidad del entorno. Asimismo, tienen el objetivo de crecer en su gama Ultra-Premium, Dominus Cosecha Temprana y Huerta Los Caños Ecológico, donde esperan un crecimiento en volumen a lo largo de toda la gama, que cubre las necesidades principales del consumidor en la mayor parte de sectores, incluyendo su diversificada presencia sectorial en los 25 mercados internacionales en los que están presentes. ■



EIG Education lanza nuevos programas de actualización y mejora de la gestión directiva y el liderazgo

Impartirá en su Campus de Sevilla el Programa de Mejora y Actualización Directiva de ESIC y los títulos propios Programa Superior de Dirección de Empresas y Lidering



Las empresas y los profesionales se desenvuelven en un mundo cada vez más complejo, volátil, lleno de incertidumbre, en el que los cambios son más radicales y acelerados. Un nuevo entorno que exige nuevos planteamientos y nuevas actitudes. Y que demanda de las empresas abordar este contexto con nuevas fórmulas para seguir aportando valor y seguir siendo competitivas en un mercado globalizado.

Ante estos desafíos, EIG Education, en su Campus de Sevilla, lanza esta primavera tres programas enfocados especialmente a la actualización de conocimientos y habilidades de empresarios, directivos y de todos aquellos responsables corporativos que deban liderar y gestionar equipos.

El primero de ellos, es el **Programa de Mejora y Actualización Directiva (PMAD)** de ESIC. Un programa que es el resultado del análisis de las necesidades formativas de los directivos tras la dilatada experiencia de la escuela en

formación corporativa. El PMAD aporta a los directivos nuevos conocimientos y competencias en aquellas áreas con mayor nivel de obsolescencia, suponiendo una auténtica puesta al día de la labor directiva en ámbitos como el rol directivo, la estrategia comercial, el marketing, las finanzas corporativas, la gestión de equipos o la comunicación de alto impacto.

Con una duración de cuatro meses, confiere criterios adecuados a la hora de tomar decisiones ágiles y eficaces, garantizando la capacidad competitiva y de innovación en la organización. Al finalizar este programa, los participantes podrán entender las implicaciones y oportunidades que pueden tener en la estrategia, cultura y organización de su compañía.

De igual manera, EIG Education pone en marcha en Sevilla el **Programa Superior de Dirección de Empresas (PSDE)**, pensado para profesionales que desean avanzar en la esfera directiva de la empresa.

Quienes cursen el PSDE

conjugarán la visión estratégica con técnicas modernas de gestión y control empresarial que podrán poner en práctica de manera inmediata en su día a día.

Un programa de siete meses de duración con el que los profesionales adquieren nuevas capacidades que les permitirán activar de forma práctica sus competencias y habilidades. Está dirigido, sobre todo, a profesionales independientes, responsables de empresas familiares y pymes, así como emprendedores, sin que suponga carga lectiva fuera del aula.

El tercero de los programas que lanza la escuela en Sevilla es el **Lidering**. Mucho más que un programa de formación sobre liderazgo y habilidades para la dirección de equipos, ya que consiste en un auténtico entrenamiento inmersivo y vivencial de transformación personal y profesional.

Estructurado en ocho sesiones durante seis meses, pertrechará a los alumnos de las herramientas y re-

ursos necesarios para ejercer un liderazgo con propósito, basado en un autoconocimiento profundo que permitirá a los profesionales enfrentarse a retos relevantes. Su diseño es fruto de más de 12 años de conocimiento impulsando y acompañando a más de 15.000 líderes en España, Estados Unidos y Latinoamérica

Los tres programas se desarrollan en sesiones con un formato que se adapta por completo a los tiempos del mundo de la dirección y la empresa, con un enfoque eminentemente práctico dentro del aula.

Como subraya Jesús Reina, director del Campus en Sevilla de EIG Education, “desde la escuela ponemos a disposición de empresarios, directivos y profesionales programas que les ayudarán a mejorar sus capacidades de gestión y liderazgo de forma inmediata, gracias a herramientas y técnicas con resultados contrastados, e impartidos por profesionales en ejercicio de gran experiencia y cualificación.” ■

CTA y Ultfarms impulsan la sostenibilidad en el Blue Mission Arena

CORPORACIÓN Tecnológica de Andalucía (CTA) ha participado, a través de su proyecto europeo Ultfarms, en la tercera edición de Blue Mission Arena, celebrada en Ámsterdam (Países Bajos). Este evento internacional se ha consolidado como un punto de encuentro clave para promover la economía azul circular, con un enfoque especial en la región del Mar del Norte, que incluye Países Bajos, Bélgica, el oeste de Alemania y Dinamarca, y el norte de Francia.

CTA formó parte de dos acciones en el marco de Ultfarms. Por un lado, María Jiménez realizó el primer taller de capitalización en el que presentó los resultados preliminares a los socios y detalló la metodología que guiará los próximos pasos del proyecto. Asimismo, Rafael Dueñas, lideró un taller de sostenibilidad, destacando la alienación de los modelos de negocio de Ultfarms con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la taxonomía de la Unión Europea, asegurando su responsabilidad ambiental, social y económica.



Por otro lado, el 26 de noviembre, CTA participó en un taller dedicado a «Mari-Park», un concepto pionero de proyectos multiuso en entornos oceánicos. Este enfoque innovador propone nuevas formas de gestionar, explotar y gobernar los recursos marinos, evaluando su viabilidad económica y su potencial para transformar la economía azul.

La tercera edición de Blue Mission Arena se ha consolidado como un foro clave para promover soluciones innovadoras en la economía azul circular y fortalecer la cooperación internacional en esta área. ■

CTA presenta Batmass

EL proyecto europeo Batmass, en el que CTA participa como socio y lidera la Comunicación del proyecto, ha participado en la feria internacional Battery Innovation Days (BID) 2024. Esta cuarta edición del evento, celebrada los días 26 y 27 de octubre en el Hotel Barceló Sans de Barcelona, reunió a líderes de la investigación, responsables políticos, actores clave de la industria y usuarios finales con el objetivo de impulsar la innovación en el sector europeo de las baterías. Desde el stand 15, el equipo de BATMASS informó a los asistentes sobre las innovadoras plantas piloto del proyecto y cómo estas soluciones pueden transformar la cadena de valor de las baterías en Europa, promoviendo materiales más sostenibles y métodos eficientes de reciclaje. ■

CTA reúne a expertos internacionales para desarrollar una herramienta de medición de la economía circular

CORPORACIÓN Tecnológica de Andalucía (CTA) ha reunido durante dos días en Sevilla a los socios del proyecto europeo CircleMED, una iniciativa que busca desarrollar una herramienta innovadora para medir el impacto de la economía circular en los territorios.

Enmarcado en el programa Interreg Euro-MED, este proyecto pretende acelerar la adopción de prácticas circulares y climáticamente neutras en diversos sectores de la región mediterránea, implicando a la ciudadanía, empresas y figuras políticas.

CircleMED se enfoca en la economía circular participativa. Mediante el intercambio de conocimientos, sus socios generarán distintas soluciones, como

una herramienta para evaluar la circularidad en las pymes, la creación de una red transnacional de hubs y la elaboración de planes para transferir sus resultados a toda la región mediterránea.

El rol de CTA en CircleMED es liderar la evaluación de las herramientas empresariales circulares ya existentes, además de colaborar en el desarrollo de otras actividades como el análisis de los factores sociales y el comportamiento de los consumidores. A la reunión de consorcio celebrada en Sevilla acudieron los consultores de Innovación de CTA, Marta Macías, Antonio Carlos Ruiz, José Luis Gallego; y la técnico de Comunicación, Sofía Sánchez.

CircleMED es un proyecto financiado con cerca de 1,5 millones de euros por



el programa Interreg Euro-MED, cuyo consorcio está formado por siete socios de Italia, Chipre, Grecia, Bosnia y Herzegovina, Francia, Bulgaria y España. El proyecto busca impulsar la economía circular en la región mediterránea. ■

Inteligencia artificial y computación cuántica: el próximo salto

ES lugar común que lo que realmente marca el desarrollo acelerado de las tecnologías de la información no lo encontramos en uno solo de los eslabones de la cadena. Es la confluencia de avances tecnológicos tanto en hardware como en software lo que va provocando saltos exponenciales en el avance de estas tecnologías. Si bien es cierto que algunos provocan la generación de grandes expectativas que terminan por asentarse con el tiempo, no lo es menos que cada uno de estos avances sube el punto de partida para el siguiente que eleva aún más el listón.

Escuchamos voces estos días que avisan de un freno en las perspectivas generadas por las actuales aplicaciones de la inteligencia artificial. Parece que el modelo basado en la ingesta y tratamiento masivo de datos no alcanza a cumplir con lo que muchos esperaban. Las expectativas de productividad que se habían generado, especialmente en la sustitución por máquinas de actividades realizadas por humanos, no se están alcanzando. Incluso en algunas consideradas básicas. Finalmente, resulta que el humano sigue siendo necesario cuando se superan ciertas barreras de dificultad en las tareas asignadas a la inteligencia artificial. Especialmente cuando concurren nuevas circunstancias o eventos no contemplados en los modelos.

A pesar de los grandes avances en

“Escuchamos voces estos días que avisan de un freno en las perspectivas generadas por las actuales aplicaciones de la inteligencia artificial”

computación, almacenamiento, desarrollos, etc... estos modelos parecen tener limitaciones. Esto no supone necesariamente un fracaso sino otro ladrillo en el muro. Otra base más alta sobre la que comenzar el siguiente paso.

Parece llegar el momento de la computación cuántica que comienza a mostrar sus posibilidades y potencia disparando la imaginación sobre la solución de problemas para los que, hasta la fecha, no disponíamos de capacidad de proceso suficiente.

La computación cuántica tiene la capacidad de realizar cálculos complejos a velocidades inimaginables para los ordenadores clásicos más avanzados. Da solución a las capacidades de crecimiento de la computación clásica que parecen tener los días contados. Pura limitación física. La comprensión de los principios cuánticos se me escapa como para aventurarme a intentar explicar desde aquí lo que supone con respecto a lo que conocemos. Ahorrándome el posible ridículo, tan sólo puedo afirmar que responde de una manera más que eficiente a la necesidad de procesar enormes volúmenes de datos para hacer que las capacidades de la inteligencia artificial se multipliquen. Especialmente en campos como el reconocimiento de imágenes o el procesamiento de lenguaje.

Y no sólo eso. En disciplinas muy variadas, desde la química a la meteorología, entre otros, permitirá acelerar las investigaciones necesarias para realizar progresos en el desarrollo de medicamentos, generación de energía, medicina, logística y un largo etcetera de áreas que se verán fortalecidas por las capacidades derivadas de los algoritmos de inteligencia artificial sobre ordenadores cuánticos.

El empleo de qubits supone una aceleración exponencial en el trabajo con enormes cantidades de datos. La intersección entre las capacidades de la computación cuántica y los avances en el desarrollo de sistemas



FRANCISCO CANTÓN

Manager en T4S Advance Solutions
a VASS Company

de inteligencia artificial promete un salto cualitativo. Otro más. Han comenzado a desarrollarse casos de uso de computación cuántica en algunas grandes corporaciones y organismos públicos. Las promesas en materia de seguridad, cambio climático, avances médicos, nuevos medicamentos, meteorología, finanzas y otros campos irán desplegándose. Contribuye a ello un importante flujo financiero que apuesta por sus capacidades.

Los grandes fabricantes de equipos están embarcados en una carrera para alcanzar la supremacía cuántica. Ese momento en el que estos equipos podrán resolver en plazos razonables y de forma segura cálculos casi imposibles para la computación clásica. Aún hay obstáculos por superar, como su alto coste. Pero mientras exploramos la inteligencia artificial disponible, podemos ver cómo se abren enormes expectativas. ■

(*) Para los no técnicos que estén interesados en profundizar algo más en este tema, recomendar la reciente publicación de Michio Kaku, “Supremacía Cuántica.”

Pagar impuestos ¿para qué?

EN la actualidad podría decirse que existen en nuestra sociedad, y así se refleja en las encuestas, la duda acerca de la necesidad de la existencia de los tributos y, más concretamente de los impuestos. Parece que hay una tendencia decidida a demonizar los impuestos, obviando, por ende, nuestro propio sistema y ordenamiento jurídico del que los españoles nos sentimos razonablemente orgullosos. Todo jurista que se precie sabe, incluso de memoria, que nuestra Constitución Española establece que España se constituye en un estado social y democrático de derecho, y sin duda, ese el foco que debe guiar el debate sobre esta cuestión. Somos un estado social y ello lo irradia todo.

Decir que el Estado necesita dinero es una obviedad, pero no por clara debe perderse de vista. Aquellas proclamas que mantienen que lo servicios que se prestan a través del Estado puede recibirse completamente por el sector privado desconocen la realidad de nuestro sistema. Tampoco defendemos que deban ser todos públicos sino la complementariedad de ambos. Sólo el establecimiento y mantenimiento de un sistema tributario sufragado entre todos permite una paz social que intenta no dejar a un lado a aquellos colectivos vulnerables o con menores recursos que, sin duda, necesitan de la solidaridad de su conciudadano para poder salir adelante. De eso se trata, de que somos un Estado humanista, de tradición católica, de acogida y de búsqueda de medidas que permitan vivir a las personas que habitan en él. Y, sí, para ello, se necesitan los impuestos. España en 1978 no eligió constituirse en un estado individualista en el que no hubiera atención al prójimo, ni cobertura a las situaciones de exclusión social. Así lo decidimos y así se mantiene en un sentir mayoritario.

Nuestro sistema se basa en el principio de capacidad económica por el cuál contribuye más el que más tiene

en la búsqueda de la consecución de los principios de justicia material; solidaridad, igualdad, y generalidad sin que en ningún caso la imposición pueda llegar a ser tal que tenga un alcance confiscatorio (art 31.1 CE) Ciertamente, el ciudadano de a pie, comprende, y creemos que aprueba, la existencia de los impuestos pero, sin embargo, se plantea, de una manera recurrente, porqué él tiene que ver su nómina “descontada” todos los meses mientras que..... pero eso no ataca la propia existencia de los impuestos sino más bien al uso que se hace de los mismos. La percepción ciudadana puede ser muy traicionera y, probablemente, no sería la misma si esa persona entiende que el uso de su dinero tiene un sentido, y ahí está uno de los quid de la cuestión. En el para qué, pero no un para qué explicado antes de unas elecciones, con evidente intención, a base de proclamas fáciles como aprobar deducciones o bonificaciones exprés o bien abanderar la persecución de la tributación a los supuestos “ricos”, sino un para qué pensando, organizado, meditado y elaborado teniendo en cuenta, no sólo el corto, sino también el medio y el largo plazo. Es necesario que exista una política fiscal que se entienda, que se vea planificada, que tenga un norte y que se medite, a través de personas cualificadas, con fines que excedan el carácter electoralista, que, por desgracia viene rigiendo nuestra política en los últimos veinte años o más. Estaría bien que para ello se oyera a la doctrina tributarista que ha puesto de manifiesto, en muchas ocasiones, las ineficiencias del sistema que podría estar herido, y que necesita tratamiento profundo, más que pequeñas tiritas o parches para solventar las diversas coyunturas del momento. Tanto la AIREF en sus numerosos informes, como el comité de personas expertas para elaborar el libro blanco sobre la reforma tributaria han llamado la



MARÍA BERTRÁN

Profesora titular de
Derecho Financiero y Tributario
de la Universidad Loyola

atención sobre muchas de estas cuestiones, así como las numerosas publicaciones elaboradas por la doctrina científica.

Unido a ello, es necesario que exista una conciencia cívico-tributaria que nos enseñe, desde niños, el papel fundamental que desempeñan los impuestos en nuestra vida diaria, que el dinero público es de todos, que su uso debe ser respetuoso y eficiente y que todos debemos contribuir en su recaudación. Un país que “aplaude” a los delincuentes fiscales como si fueran héroes en las puertas de los juzgados es un país enfermo en lo que respecta a la conciencia tributaria. Es necesaria una mayor educación, información y transparencia.

Todo ello debe acompañarse de una presión fiscal adecuada, de una relación correcta con las Administraciones Tributarias que tratan con el ciudadano y, sin duda, de un respeto absoluto a cada euro que se gasta. Mientras el ciudadano de a pie perciba que el uso de su dinero es opaco, poco eficiente e irrespetuoso o no se sienta bien tratado por la Administración preferirá tenerlo en su bolsillo antes que en manos del Estado. ■

CEPSA se transforma en **moeve**

Gracias energías fósiles, pero es el momento de empezar a separarnos para impulsar un futuro con **más energías sostenibles**.

- › Hemos vendido cerca del 70% de nuestros activos de producción de petróleo.
- › Desarrollando el Valle Andaluz del Hidrógeno Verde.
- › Construyendo el mayor complejo de biocombustibles 2G del sur de Europa.
- › Creando una de las mayores redes de carga eléctrica ultrarrápida en el conjunto de España y Portugal.



**Este futuro
tiene futuro**

Descubre más en
moeveglobal.com



Cepsa ha vendido cerca del 70% de sus activos de producción de petróleo desde 2022. Nuestro objetivo es producir hidrógeno verde con una capacidad de 2.000 MW en 2030, el mayor proyecto presentado en Europa hasta la fecha. Complejo de biocombustibles que suma a las instalaciones que ya operan una nueva planta que construye Moeve y BioOils, con una inversión asociada de 1.200 M€. Más de 160 cargadores ultrarrápidos ya conectados con el objetivo de alcanzar 400 construidos en 2024.



'LA DESCARBONIZACIÓN EN LA INDUSTRIA'

Representantes de la Junta de Andalucía y de algunas de las principales compañías industriales y energéticas que operan en nuestra región se reunieron en Sevilla para analizar los principales retos de la actividad industrial en Andalucía

Isabel G. Suero | Fotos: Raúl Caro

ANDALUCÍA Económica organizó un almuerzo-mesa redonda titulado 'La descarbonización en la industria', que se celebró en el restaurante El 29 de Sevilla y contó con el patrocinio de Iberdrola. El acto fue moderado por Alfredo Chávarrri, director general de Andalucía Económica.

El primero en abrir el turno inicial de intervenciones fue **Jorge Paradela**, consejero de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía. Paradela explicó que desde la Junta están atentos a la composición de la nueva Comisión

Europea. "En la nueva comisión, hay tres comisariados relacionados con el reto de la descarbonización (Transición Limpia, Justa y Competitiva; Industria, Pyme y Mercado Único; y Energía y Vivienda). Todos coinciden en fortalecer el reto de la descarbonización, pero fortaleciendo la competitividad de la industria europea", apostilló.

Tal y como dijo, se anuncian nuevos reglamentos y regulaciones a los que habrá que estar atentos. Por ejemplo, hay previsto poner en marcha un reglamento de aceleración de la descarbonización industrial, que

se va a centrar en industrias intensivas de energía, va a apoyar el desarrollo de la producción y fusión de tecnologías limpias europeas y va a acelerar los procesos de planificación y *permitting* de estas industrias.

Paradela indicó que Mario Draghi, presidente del Banco Central Europeo, incide en que hay que combinar y no desacoplar el objetivo de la descarbonización con el de la competitividad: "Y solo se puede hacer poniendo los fondos necesarios. Hay que elevar la inversión cinco puntos porcentuales sobre el PIB"

Draghi y la Junta creen

que hay que centrarse en sectores en los que Europa tiene una posición competitiva (eólica, hidrógeno, biocombustibles, aeroespacial y defensa). "Todo ello con una política comercial que asegure las cadenas de suministro", dijo.

Según explicó, los nuevos comisarios ponen el foco en la aprobación de un nuevo Clean Industrial Deal, que forma parte de la nueva visión del European Green Deal. El Clean Industrial Deal se centra en la simplificación administrativa, en la utilización inteligente de los fondos de transición justa, de transi-

PATROCINADO POR:





Jorge Paradela

Consejero de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía

“Andalucía está preparada para jugar un papel protagonista, porque podemos ofrecer energía limpia, estable y a precios competitivos, como ninguna otra región europea”



Antonio Fernández

Delegado de Iberdrola en Andalucía

“En Andalucía, la compañía tuvo un impacto económico en 2023 de 800 millones de euros, un 11% más que en 2022. Tienen 200 proveedores a los que en 2023 les compraron más de 170 millones de euros”

ción equitativa y la movilización de financiación privada para la transición energética.

“Nos preocupa el elevado precio de la energía, de ahí la importancia de completar cuanto antes la transición energética en Europa, en la que podemos adquirir una posición competitiva en base a energías limpias, dejando a un lado la nuclear”, aseguró. Añadió que el comisario de Energía ha anunciado un plan de acción para la electrificación, para acelerar la inversión en redes.

“En este contexto, Andalucía está preparada para jugar un papel protagonista, porque podemos ofrecer energía limpia, estable y a precios competitivos, como ninguna otra región europea. En el desarrollo de las renovables está la gran oportunidad para reindustrializar Andalucía. Más energías limpias significa más industria”, dijo.

Paradela dio una serie de datos positivos de la economía andaluza en materia de exportaciones, producción industrial, cifra de negocio de la industria e inversión industrial nueva captada, especialmente en renovable y descarbonización en la industria. Además, apuntó que Andalucía tiene una gran ventaja competitiva que es la radiación solar, un 13% supe-

rior a la media de España.

Indicó que los puertos comerciales van a jugar un papel importante en la exportación de energía, sobre todo moléculas del hidrógeno. “El 61% de la potencia de generación eléctrica instalada en Andalucía es renovable, tenemos 12.500 MW renovables instalados y otros 11.000 con autorización de construcción. Andalucía tiene en potencia renovable total similar a países como Dinamarca o Finlandia. Nuestro objetivo es llegar a 20 GW en 2026, y con eso nos convertiríamos en líderes de energías limpias en España”

“Estamos apostando por nuevos vectores como el hidrógeno, lo siguiente es el biogás y el biometano. Lanzamos la Alianza Andaluza por el Biogás y el Biometano el 13 de enero en Jaén, donde tenemos una fuente de alimentación sólida por la revalorización de residuos del olivar. Ya hay alrededor de 50 proyectos en tramitación en

Andalucía –23 en la provincia de Jaén–”, manifestó.

En el caso del hidrógeno, señaló que “no queremos solo la capacidad de producción, sino que deje huella industrial y, por tanto, vamos a destinar 70 millones de euros de ayudas para desarrollar cadena de valor. Queremos materializar tres hubs de hidrógeno verde en Huelva y Campo de Gibraltar, donde hay proyectos de gran dimensión como los de Iberdrola o Moeve, pero también en Almería. A nivel internacional, estamos firmando intercambios y protocolos con cuatro Landers alemanes muy potentes”. Además, señaló que están muy activos en el tema del impuesto energético. “España puede convertirse en el mejor país del mundo para producir energías limpias”, afirmó. Asimismo, apuntó que el desarrollo de infraestructuras de transporte y distribución es clave.

Por su parte, **Antonio Fernández**, delegado de

Iberdrola en Andalucía, habló sobre Iberdrola. “Comenzamos hace más de 20 años con una apuesta por las renovables, invirtiendo en innovación y seleccionando tecnologías –eólica–, hemos ido creciendo y hoy somos una de las tres mayores eléctricas privadas por capitalización bursátil a nivel mundial. La descarbonización es un riesgo, pero también una gran oportunidad”, afirmó.

Todo esto ha transformado su modelo de negocio. Hace 20 años, se generaba electricidad con carbón y, poco a poco, se han ido desmantelando las térmicas. En España, el 87% del total de la energía eléctrica que producen es limpia. Además, están reduciendo emisiones, ahora están en 58 gramos de CO2 por cada kilovatio/hora, menos de la mitad que la media del sector. Y caminan hacia un futuro 0 emisiones.

En Andalucía, la compañía tuvo un impacto económico en 2023 de 800 millo-



“El Clean Industrial Deal se centra en la simplificación administrativa, en la utilización inteligente de los fondos de transición justa, de transición equitativa y la movilización de financiación privada para la transición energética”, aseguró Paradelo



nes de euros, un 11% más que en 2022. Tienen 200 proveedores a los que en 2023 les compraron más de 170 millones de euros. “Andalucía es una de nuestras regiones claves. Somos líderes de energía eólica y líderes en renovable. Tenemos 1.100 MW de potencia instalada. Estamos construyendo un parque en Caparacena (Granada) de 330 MW, que va a ser el mayor de Iberdrola en Andalucía. Con un ritmo inversor ascendente, superando los 200 millones de euros en 2023, 2024 va a ser un poco más”, manifestó. También destacó el importante efecto tractor de la compañía: “Estamos impulsado el sector”, afirmó.

“Como industria de descarbonización, tenemos los deberes hechos, aunque hay que seguir avanzando en el tema del *offshore* en España o del hidrógeno verde. Tratamos de impulsar la electrificación de la economía, porque la energía más barata es la renovable”, dijo. Ahora lo que necesitan es que crezca la demanda, porque no está siendo la que se esperaba. Ya hay muchas horas del día donde el precio es 0, “lo que es magnífico, pero no es sostenible. Estamos apostando por electrificar inmuebles y centros comerciales, que suponen un 30%

del consumo”. Otro 30% del consumo es la movilidad. Aquí están centrados en recarga de turismos, autobuses y camiones eléctricos. Tienen más de 8.000 puntos de recarga en España, casi 1.000 en Andalucía y han creado una *jointventure* con BP donde van a invertir 1.000 millones de euros hasta 2030 en puntos de recarga de alta velocidad.

La tercera pata es la descarbonización industrial de la que habló **Fernando Mateo**, director de Descarbonización Industrial de Iberdrola. “Estamos proporcionando electricidad a precios estables a los usos de la industria que son eléctricos, somos líderes en PPA para que puedan tener precios competitivos”, dijo.

Mateo se refirió a la industria que aún no se ha descarbonizado, que es la generación de calor. “La mitad de la energía que consume la industria es en forma de calor y salvo actuaciones puntuales, la gran mayoría del calor se sigue haciendo con combustibles fósiles. Aquí hay una dificultad para descarbonizar, porque la industria no puede perder competitividad por descarbonizarse. La industria tiene que tener precios predecibles y competitivos con una nueva fuente de calor que no sea gas, fuel o

carbón”, dijo. En su opinión, la vía más realista para descarbonizar la industria es la electrificación. “Es una oportunidad para España y para Andalucía, porque aquí tenemos la electricidad más barata de Europa y es algo que tenemos que aprovechar para mantener y atraer nueva industria”, apuntó.

Tal y como dijo, hay muchos tipos de industria con consumos muy diferentes y, sobre todo, la gran diferencia es la temperatura a la que consumen el calor. “Una buena noticia es que aquellos usos en los que el calor se consume por debajo de los 400° o 500°, que es la mitad de lo que consume la industria, es fácilmente descarbonizable con tecnologías ya existentes y a precios competitivos, porque a hoy la electricidad renovable en España y en Andalucía es más barata que el gas y el CO2. El único problema es que es intermitente”

Otra cosa buena para

Andalucía, apuntó, es el almacenamiento térmico que permite almacenar esa electricidad cuando es barata y descarbonizar la industria. “Andalucía es pionera en almacenamiento térmico. Empresas como Inercio están apostando por esa tecnología que permite descarbonizar el 50% del calor a precios más competitivos que el gas o el CO2”

“El resto de la industria, es más difícil almacenar calor para procesos de 1.000° a 1.400°. A esta industria habría que ayudarla con programas y seguir insistiendo en crear más energía renovable en el sistema”, concluyó.

Deberes hechos

Ada Bernal, directora de Relaciones Institucionales de Heineken España, indicó que la compañía cuenta en Andalucía con dos de sus cuatro fábricas, además de tener la sede social. El impacto de la empresa en el



Fernando Mateo

Director de Descarbonización Industrial de Iberdrola

“Andalucía es pionera en almacenamiento térmico. Empresas como Inercio están apostando por esa tecnología que permite descarbonizar el 50% del calor a precios más competitivos que el gas o el CO2”



Macarena Gutiérrez
Directora general de Atlantic Copper

"Tenemos un buen precio, sobre todo por la fotovoltaica, pero cuando llegamos al precio final para la industria intensiva nos quedamos fuera, un 60% por encima de Alemania y un 40% por encima de Francia"



Álvaro de la Haza
Vicepresidente de Cosentino

"Cuando hemos intentado cambiar gas por otra cosa vemos que no hay ningún elemento competitivo en la realidad. Ya es difícil competir con todo el mundo, como para meternos otra penalización en la cuenta de resultados. No podríamos resistirlo"

PIB andaluz es de 2.000 millones de euros, un 0,9% del PIB regional, que representa el 40% de lo que hace Heineken en España.

"En Heineken, descarbonización, competitividad y crecimiento van unido. Llevamos dos décadas trabajando en sostenibilidad, lo vemos como una obligación hacia la sociedad. En el sector cervecero, somos pioneros en implantación de la Agenda de Sostenibilidad y nos hemos marcado unos objetivos muy ambiciosos, pero que estamos cumpliendo de cara a 2025, cinco años antes de lo que marca nuestra matriz para objetivos a nivel mundial. En España, vamos a llegar a ser Net Zero en nuestras fábricas en 2025 y queremos ser Net Zero en 2040 en la cadena de valor, conscientes de que nuestras fábricas solo representan el 10% de nuestra huella de carbono. Tenemos un gran impacto en la agricultura, además de la logística y el *packaing*", explicó.

En materia de descarbo-

nización, Heineken no compensa ni compra créditos de carbono, sino que genera toda la energía que necesita realizando una transformación de sus procesos productivos y promoviendo la generación de energía. "Creemos que es la verdadera forma para tener un impacto más sostenible. Contamos con los *Water Champions* y los *CO2 Champions* que están en las fábricas examinando los procesos para ir mejorando. Experimentamos con diferentes energías para ver cuál se adapta mejor a nuestras necesidades. Heineken es pionera a nivel europeo desde Andalucía. Aquí tuvimos nuestro primer PPA, con la planta fotovoltaica de El Andévalo, con la que producimos la electricidad que consumimos en nuestras fábricas y oficinas. En 2021, hicimos una planta de biomasa en Jaén, la primera fábrica de España y la mayor de Europa que elaboró cerveza con energía renovable. En 2023, invertimos 21 millo-

nes de euros en la planta termosolar de la fábrica de Sevilla, la más grande de uso industrial de Europa y la primera de España, de 8 hectáreas", relató Bernal.

Colaboran con Fertiberia para producir fertilizantes con hidrógeno verde. También actúan en temas de envases, en generación de frío para su negocio hostelero y en la cadena de distribución de última milla.

Almacenamiento térmico

Pedro Marín, presidente de Inerco, indicó que la aportación de su compañía a la descarbonización no va de sus procesos, sino más bien de trabajar con las empresas y ayudarles en la descarbonización. Marín explicó que están trabajando en electrificación para sustituir aquellos procesos que requieren de calor en la industria mediante almacenamiento térmico: "Tratamos de aportar y hacer los proyectos, no solo quedarnos en la asesoría"

El presidente de Inerco

alertó de que están viendo muchos proyectos avanzados que se han quedado parados o se han caído: "La decisión final de inversión está muy condicionada por varias razones. No salen los números, pero también la hoja de ruta de la descarbonización es muy exigente. Si no la adecuamos a la maduración de las tecnologías, paralizará muchas decisiones finales de inversión. Hay que adaptar la hoja de ruta, determinar cuáles son los procesos que se pueden descarbonizar de forma rentable"

En su opinión, hay una serie de tecnologías que están avanzando más que otras: "La del hidrógeno quizás es una de las que más se está ralentizando respecto a las expectativas. El biometano, por contra, sí está avanzando mucho, aunque hay una paralización normativa. Desde Inerco estamos montando el Cluster Andaluz del Biometano con los principales actores. La tecnología de almacenamiento de ener-



Ada Bernal
Directora de Relaciones Institucionales de Heineken España

"En Heineken, descarbonización, competitividad y crecimiento van unido. Llevamos dos décadas trabajando en sostenibilidad, no lo vemos como una opción, sino como una obligación hacia la sociedad"



Pedro Marín
Presidente de Inerco

"La decisión final de inversión está muy condicionada por varias razones. No salen los números, pero también la hoja de ruta de la descarbonización es muy exigente. Si no la adecuamos a la maduración de las tecnologías, paralizará muchas decisiones finales de inversión"



Carlos Jiménez

Director de Operaciones de Acesur

"Acesur es uno de los mayores generadores de biomasa, por tanto, nuestro objetivo es cerrar el ciclo. Así, hemos reducido un 63% nuestras emisiones y vamos a llegar a emisiones 0"



Aurora Gracia

Vicepresidenta de Cunext Copper

"Estamos apostando por la descarbonización, tanto en producto como organización, pero no hay tecnologías disponibles para hacer una descarbonización pura, no tanto por compensación"

gía es fundamental y creo que va a tener un recorrido rápido. La captura de CO2 es un tema muy importante." A su entender, "en Andalucía, podemos ser pioneros en tener tecnología que luego pueda ser exportada a otros sitios"

Por su parte, **Carlos Jiménez**, director de Operaciones de Acesur, indicó que la descarbonización en Acesur es algo que casi obligado, "una consecuencia más que un objetivo". Acesur es líder en envasado de aceite a nivel mundial, la segunda empresa que más alpeorujos gestiona y la cuarta empresa mundial que más aceite produce en sus cuatro almazaras (Toledo, La Roda, Montoro y Jabalquinto). "Todo esto nos han llevado a ser diferentes a lo que éramos hace 15 años cuando Acesur era una comercializadora de aceite de oliva. Hoy, la integración vertical que hemos hecho nos ha cambiado radicalmente. Nuestra capacidad industrial ha crecido brutalmente y todos los procesos requieren un gasto energético enorme", dijo.

Al tener esta carga industrial, Acesur empezó a cambiar sus fuentes de calor. Hace diez años, tenían plantas de cogeneración de ciclo combinado y calderas de gas. Hoy, solo les queda una planta de ciclo combinado y el resto de consumo procedente de biomasa.

"Somos los mayores generadores de biomasa, por tanto, el objetivo es cerrar el ciclo", indicó. Así, han reducido un 63% sus emisiones 0, gracias a que gestionan 5.000 hectáreas de olivar, con lo que obtienen CO2 negativo. "Todavía no vemos claro el biometano. Acesur tuvo una experiencia muy mala con el biodiesel. Es una opción, pero hay que definir muchas cosas", terminó.

Competitividad

Álvaro de la Haza, vicepresidente de Cosentino, indicó que "la competitividad es la música de nuestra vida desde hace tiempo y ahora más", indicó. Según indicó, en ESG, les ha venido muy bien medir, porque eso te hace mejorar todos los años. "Hemos mejorado mucho con la fotovoltaica con 35 MW, con la estación depuradora de aguas y reduciendo mucho residuo, pero el reto más difícil es cuando hablamos de CO2, nos encontramos con resistencias grandes, porque tenemos hornos a más de 1.200° y eso se hace con gas. Cuando hemos intentado cambiar gas por otra cosa vemos que no hay ningún elemento competitivo en la realidad. Ya es difícil competir con todo el mundo, como para meternos otra penalización en la cuenta

de resultados. No podríamos resistirlo", aseguró.

"No tenemos un sustituto real al gas. Pero los organismos públicos nos empujan más a eso. Intentamos distinguir lo que nos es exigible ya de las cosas para las que hay que tener una transición. Hace unos años, el gas era una energía de transición, dado que era la menos contaminante de las fósiles. También está el almacenamiento de energía. Tenemos suelo y radiación, si pudiéramos almacenar, pondríamos más fotovoltaica. Para reducir cada año un punto de CO2 nos las vemos y nos las deseamos. Va a haber una oportunidad grande en el transporte. También está la resina que viene del petróleo, donde hay una vía de bioresinas que es interesante", concluyó.

Macarena Gutiérrez, directora general de Atlantic Copper, explicó que la energía supone un 30% de los costes en su sector, por tanto, es un factor de competitividad primordial. Atlantic Copper lleva 30 años 'haciendo los deberes', así han reducido un 35% el consumo unitario de energía, están a la cabeza mundial en eficiencia energética; y han reducido en los últimos 20 años un 45% las emisiones de CO2. "Hemos hecho los deberes no solo como empresas industriales, sino como Europa y co-

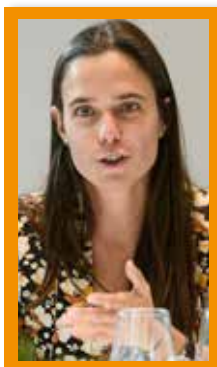
mo país. En esos deberes, desafortunadamente, la industria ha reducido su capacidad industrial y hemos incrementado las importaciones. Es decir, se cierran industrias para incrementar las exportaciones", criticó Macarena Gutiérrez.

Gutiérrez destacó el proyecto Circular de su compañía, pionero en el sur de Europa, que será la octava planta en el mundo. Aquí usan gas, porque no hay otra alternativa, aunque están haciendo pruebas.

La responsable de Atlantic Copper lamentó que "tenemos un buen precio, sobre todo por la fotovoltaica, pero cuando llegamos al precio final para la industria intensiva nos quedamos fuera, un 60% por encima de Alemania y un 40% de Francia. En cuanto a descarbonización, tenemos que poner al mismo nivel la competitividad que al final es precio", reclamó.

"Estamos muy electrificados, a pesar de que tenemos hornos a 1.400°, el consumo de electricidad y oxígeno supone el 70% de nuestro consumo energético, con lo que el esfuerzo que tenemos que hacer para el gas no es muy significativo. De ese consumo, el 51% es de fuentes renovables, porque autoproducimos y luego vía PPA's. Vamos a seguir viendo la parte del gas", apuntó.

"Creo 100% en el poten-



Carmen Boulet
Directora de Sostenibilidad
de Grupo Votorantim

“En cuanto a objetivos de descarbonización, tenemos el compromiso de reducir un 38% nuestras emisiones de CO2 de aquí a 2030 y, en 2050, queremos llegar a la neutralidad climática del hormigón”



Hans Hoefnagel
Global Public Affairs de Horse

“Andalucía está comprometida con la energía verde y es una oportunidad para la región para España también, que está considerado como uno de los países más interesantes de inversión en energía renovable”

cial de Andalucía en atracción de energía. En cuanto a las alternativas como el biogás, hoy es el doble del precio del gas, y el hidrógeno se multiplica por cinco. Hay mucho recorrido hasta que estas tecnologías sean competitivas y apostaremos por ellas cuando lo sean. En vez de hablar de ESG, tenemos que hablar de ESC o de ESGC, con C de competitividad”, abogó.

Apoyos a la industria

Aurora Gracia, vicepresidenta de Cunext Copper, habló de la compañía que es una industria transformadora de cobre y aluminio. Según indicó, tienen dos mercados, el automóvil y la energía. “Las exigencias empiezan a ser más severas por parte de la automoción, con un porcentaje exigido en el cobre que consumen que en 2030 ya estará en torno al 50% de chatarra para la automoción; y de la energía, cuando vamos a licitaciones grandes, ya empiezan a mirar no solo el producto, sino también KPI de organización y de reducción de CO2. Cunext tiene dos pilares en sostenibilidad: reducción de CO2 de producto, con un enfoque cliente muy potente; y reducción de organización con un enfoque más propio de la normativa y exigencia de KPI”, explicó.

En descarbonización de

producto, han invertido en su proyecto de cobre verde con el que consiguen un cobre tendencia 0 en huella de carbono. Respecto a la organización, son electrointensivos, consumidores de gas de forma ingente y tienen proyectos de autoconsumo, de biogás, de transporte eléctrico y una electrolinera en marcha.

Es decir, “estamos apostando por la descarbonización, pero no hay tecnologías disponibles para hacer una descarbonización pura, no por compensación. Desde aquí reclamo apoyos a la industria –tanto en tecnología como en apoyo económico e institucional– para descarbonizar en todos los niveles”, abogó.

Sobre la automoción, Gracia lamentó que se estén cerrando plantas en Alemania y estén entrando barcos con coches chinos en Europa, sin las mismas exigencias a las empresas chinas que las que se les pide a las europeas.

Por su parte, **Carmen Boulet**, directora de Sostenibilidad de Grupo Votorantim, explicó que la cementera es un grupo familiar brasileño que llegó a España en 2012 –están en el top 3 nacional de cementeras– y son líderes en Andalucía, donde tienen 3 de sus 6 fábricas en España.

En cuanto a objetivos de descarbonización, tienen el compromiso de reducir un

38% las emisiones de CO2 en 2030 y, en 2050, quieren llegar a la neutralidad climática del hormigón a través de cuatro pilares: energía eléctrica –con parques solares de autoconsumo, PPA y reducir consumir–; energía térmica –usando combustibles alternativos–; fabricar cementos con menos clínker –han lanzado su nueva gama de productos con bajas emisiones de CO2, tienen un 30% menos que la referencia europea–; y la captura de CO2 –han implantando el primer proyecto piloto de España de captura de CO2–.

Por último, **Hans Hoefnagel**, Global Public Affairs de Horse, señaló que Horse es una multinacional con sede en Madrid y plantas en Valladolid y Sevilla. En la capital sevillana cuentan con 1.000 trabajadores y facturan 1.000 millones de euros. Esta planta se dedica a construir cajas de cambio para hibridación. “Nuestra misión busca mejorar la combustión interna de coches; hibridación; e I+D en e-fuel e hidrógeno”, apuntó.

“Nuestro objetivo es ofrecer soluciones atractivas hacia la descarbonización, porque hay zonas en el mundo que necesitan diferentes tipos de soluciones. La descarbonización no solo es en Europa, sino en el mundo. Hay 1.500 millones de coches en el mun-

do. En 2040, el 50% de ellos todavía van a existir y no vamos a poder cambiarlos por coches eléctricos. Convertir África o Latinoamérica en una red de electrificación para coches en los próximos años es imposible. Por tanto, mientras tanto, es mejor introducir otras tecnologías como e-fuel. El coche eléctrico es importante y lo apoyamos, pero para que Europa siga siendo competitiva, hay que incorporar otras soluciones”, indicó Hoefnagel.

“No es mi intención criticar a China, creo que tenemos que trabajar con China. La UE no puede perder su posición o *expertise* en producir coches, pero hay que abrir la puerta para que haya más inversión en otras tecnologías (e-fuels, hidrógeno...)”, abogó.

En cuestión de descarbonización, se han marcado el objetivo de llegar al 100% de Net Zero en 2050; en 2030, quieren llegar al 42% de reducción de CO2 en alcance uno; en alcance dos, utilizar 100% energía renovable; y el alcance tres serían sus motores: descarbonizar del transporte.

En su opinión, Andalucía está comprometida con la energía verde y es una oportunidad para la región y para España, que está considerado como uno de los países más interesantes de inversión en renovable. ■

Retos de la predicción económica



Con motivo de la XXV edición del Barómetro de Expectativas Empresariales de Andalucía Económica, la revista celebró esta mesa redonda en el Palacio de Orive de Córdoba, previamente a la presentación del barómetro

Isabel G. Suero / Fotos: Rafael Carmona

PREVIO a la presentación de la XXV edición del Barómetro de Expectativas Empresariales en Córdoba, la revista Andalucía Económica celebró una mesa redonda titulada 'Retos de la predicción económica' que estuvo moderada por Alfredo Chávarri, director general de la revista y contó con la participación de Ricardo Castilla, CEO de Concepto Instituto de Investigación Estratégica, consultora responsable de la confección del barómetro; Tristán Pertiñez, director de la Fundación Centro de Estudios Andaluces (Centra); Felisa Becerra, de Analistas Económicos de Andalucía y autora de diversos artículos y publicaciones en el área de la Coyuntura Económica y Análisis Regional; y Carmen Delgado, profesora titular de Economía de la Universidad Loyola Andalucía y directora ejecutiva del Informe Loyola Economic Outlook.

En perspectivas generales, los participantes en este encuentro han valorado el Barómetro de Expectativas Empresariales como una herramienta útil para analizar las tendencias económicas y empresariales en la región, así como su enfoque en sectores clave y su capacidad para reflejar las expectativas del empresariado andaluz frente a desafíos económicos globales y regionales.

Ricardo Castilla, CEO de Concepto Instituto de Investigación Estratégica, agradeció a los empresarios su colaboración en la elaboración de las 25 ediciones de este barómetro y presentó las principales predicciones de los empresarios andaluces para el próximo año.

“Reconocemos un impulso del sector empresarial en abordar su futuro desde la mayor presencia a nivel internacional, de una mayor inversión en activos que supondrá un creci-

miento de la facturación, así como de la creación de empleos de valor en todas las áreas productivas, a través de una apuesta decidida en I+D+i para lo que se decantará a nivel de recursos humanos por la ingenierías de procesos y de inteligencia artificial para ir introduciéndolas en sus procesos productivos, junto a la incorporación de ejecutivos comerciales y de ventas, a los que se les solicitará una visión de liderazgo y motivación así como de dirección estratégica, acciones encaminadas todas ellas a una mayor productividad y competitividad de las empresas”, apuntó Castilla.

Y añadió: “estas directrices estratégicas necesitan de un valedor que junto al sector empresarial hagan más fácil alcanzar estos retos para 2025 y es la colaboración con las administraciones públicas, una colaboración ágil y concisa para enfrentar-



“Es preciso una solución general que pase por tener un enfoque más dinámico, uso de datos a tiempo real, mayor colaboración multidisciplinar y poner énfasis en escenarios alternativos”

Carmen Delgado

Profesora de Economía de la Universidad Loyola y directora ejecutiva del Informe Loyola Economic Outlook



“La inteligencia artificial nos permite tener acceso a muchísima información y nos puede ayudar a extraer patrones y tendencias que ayuden a mejorar el proceso de predicción económica”

Felisa Becerra

Directora de Previsiones Económicas en Analistas Económicos de Andalucía

se con decisión a los objetivos concretos a los que se aspira alcanzar entre todos para nuestra comunidad?”

En su opinión, “es necesario un plan integral de crecimiento con las diferentes administraciones públicas responsables, que plantee como objetivos la productividad, la competitividad y la creación de empleo de valor en todos los sectores representativos de la comunidad, así como la atracción de nuevas inversiones en Andalucía, una mayor coordinación y colaboración entre administraciones públicas, una estabilidad política y social, junto a ventajas fiscales como tareas precisas a desempeñar por los diferentes entes públicos”

“Atajar las deficiencias hídricas y conseguir mejores y competitivas redes de comunicaciones, junto a una formación adaptada a las necesidades actuales y futuras del devenir empresarial de los próximos años, son entre otras actuaciones identificadas, las obligaciones de unas administraciones que tienen igualmente unos importantes retos a desempeñar si conseguimos que su principal función no sólo sea administrar y administrar bien, sino ser potenciadoras y canalizadoras del impulso del sector empresarial”, concluyó.

Tristán Pertíñez, director de la Fundación Centro de Estudios Andaluces (Centra), fundación pública adscrita a la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa de la Junta de Andalucía, destacó especialmente el Barómetro Andaluz que elabora la Fundación Centra y la im-

portancia de esta herramienta “para entender las dinámicas sociales y económicas que permitan a las instituciones públicas tomar decisiones más informadas y guiar decisiones estratégicas”

Grado de confianza

El Barómetro Andaluz es la única iniciativa de estudio y medición sistemática de la opinión pública en la Comunidad autónoma andaluza. De periodicidad trimestral, permite conocer la opinión de la población andaluza sobre temas de interés social, económico y político. En este sentido, posibilita la evaluación continuada de la percepción y la valoración sobre determinados indicadores sociopolíticos para un periodo determinado, a la par que ofrece una amplia información social y demográfica para su análisis.

Según Pertíñez habló de la importancia de la confianza –que es el va-

lor más intangible– en ambos barómetros. “En el Barómetro Andaluz pedimos a los encuestados que cuantifiquen si se han sentido optimistas en la última semana con una puntuación del 0 al 10. Esto nos indica el grado de confianza para afrontar el futuro. Los dos barómetros, hechos de forma diferente, llegan a conclusiones parecidas. El optimismo ha subido en los andaluces y, concretamente, en 2024”, explicó.

“La otra pregunta que hacemos es cuánto se ha sentido feliz. La felicidad también ha crecido, se encuentra en un 7,4% –dato anterior era de 6,8%. Son valores que se mueven muy poco. Se corresponde la opinión del Barómetro de Expectativas Empresariales de Andalucía Económica con la del Barómetro Andaluz”, concluyó.

Centra también realiza otros estudios, de manera directa e indirectamente, cualitativos y cuantitativos, y trabaja para diferentes consejerías.





“Las previsiones de los empresarios andaluces encuestados en la presente edición del barómetro indican que la economía andaluza crecerá en 2025 por encima de la media nacional en cuanto a PIB se refiere”

Ricardo Castilla

CEO de Concepto Instituto de Investigación Estratégica



“En el Barómetro Andaluz pedimos a los encuestados que cuantifiquen si se han sentido optimistas en la última semana con una puntuación del 0 al 10. Esto nos indica el grado de confianza para afrontar el futuro”

Tristán Pertíñez

Director-Gerente de la Fundación Pública Centro de Estudios Andaluces (CENTRA)

El reto de las predicciones

Felisa Becerra, de Analistas Económicos de Andalucía y autora de artículos y publicaciones en el área de la Coyuntura Económica y Análisis Regional, empezó su discurso hablando de cuánto han mejorado para bien los procedimientos para realizar las predicciones. “Cuando empezamos a trabajar no teníamos información trimestral. Ahora tenemos una contabilidad regional, trimestral, información del PIB de las provincias andaluzas de manera anual... Ahora los procesos son muchos más automatizados y rápidos. Antes, había que picar los datos a mano y dar muchos paseos a la oficina del Instituto Nacional de Estadística (INE). Ahora todo se hace desde el ordenador. Podemos estar muy orgullosos de nuestro Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, es uno de los mejores de España en cuanto a oferta de informes estadísticos, lo que nos facilita mucho el trabajo”, indicó Becerra.

Felisa Becerra señaló que el reto principal es la propia predicción. “Realizamos predicciones de futuro en entornos volátiles. La predicción económica como tal ya es un ejercicio de riesgo y en los últimos años, las predicciones se quedan obsoletas o dejan de tener validez casi en el mismo momento en el que se emiten, por-

que hay nueva información”, relató.

“La IA está llamada a ser otra etapa en este proceso de los últimos años. Se trata de un momento de cambio de paradigma. Nos permite tener acceso a muchísima información y nos puede ayudar a extraer patrones y tendencias que ayuden a mejorar el proceso de predicción económica”, declaró Becerra.

La responsable de Analistas Económicos de Andalucía indicó que los métodos son capaces de decirnos cómo va a ir el futuro, pero cuando tenemos un efecto disruptivo, como por ejemplo fue el Covid, los métodos son incapaces de hacerlo. “Esta nueva etapa puede servir para intentar mejorar esa parcela. Por ahora, no es que vaya a ser la panacea. En este contexto, la gestión de la información se convierte en un desafío por la cantidad y calidad de la información”, aseguró. Becerra también se refirió a las posibles discrepancias que se producen entre fuentes estadísticas, y puso de ejemplo que el INE e IECA ofrecen distintas cifras en cuanto al PIB.

Por último, destacó el peso que tiene el sector agrario andaluz –que duplica la media española–, “un sector que es un poco ajeno a los ciclos económicos, porque depende mucho de la climatología”, dijo. Aquí insistió en la necesidad de infraestructuras hidráulicas para contrarrestar la sequía.

Por último, **Carmen Delgado**, profesora titular de Economía de la Universidad Loyola Andalucía, habló sobre los dos informes trimestrales económicos que realizan desde la universidad: el Informe Loyola Economic Outlook (LEO); y el Barómetro Económico de Sevilla.

El primero de ellos, LEO, es un informe trimestral de previsiones para España y Andalucía que realiza desde 2014 el departamento de Economía de la Universidad Loyola. En cuanto al Barómetro Económico de Sevilla, es un subproducto del anterior. La previsión es provincial y lo realizan desde 2019 junto con el Colegio de Economistas de Sevilla. “Con los años, vemos cómo nuestros modelos tienen cada vez más fiabilidad”, indicó Delgado.

La responsable de Loyola enumeró varios retos o desafíos: “la incertidumbre geopolítica –conflictos bélicos– y la globalización fragmentada; el impacto digital en la economía –los modelos no son capaces de captarlo por el ritmo tan rápido del avance digital, lo que requiere mejorar los datos e incorporar nuevas variables a los modelos– ; y los shocks exógenos y la resiliencia de los modelos –las previsiones de hoy no sirven para mañana (ejemplos Covid, cambio climático, sequía...)–”

Para atajar estos retos, Carmen Delgado propuso una solución general que pase por tener un enfoque más dinámico, uso de datos a tiempo real, mayor colaboración multidisciplinar y poner énfasis en escenarios alternativos. “Las previsiones económicas son un reto de por sí. Necesitamos modelos precisos y flexibles”, concluyó. ■



Juntos construimos mucho
más que proyectos.
Construimos historias,
hogares y sueños.

¡Gracias por ser parte de
nuestro camino este año!

*Feliz
Navidad
y próspero
año 2025*



GRUPO
ROSMARINO

www.rosmarino.es



escanéame

Lleno en Córdoba en la presentación del XXV Barómetro de Expectativas Empresariales



Isabel G. Suero

Fotos: Rafael Carmona

La revista Andalucía Económica ha presentado en el Palacio de Orive de Córdoba, la XXV edición del Barómetro de Expectativas Empresariales, el primero de estas características que se elabora en nuestra comunidad. Este riguroso estudio recoge las previsiones para el año 2025 de las principales empresas andaluzas en base a una encuesta directa. El acto contó con el patrocinio de CaixaBank, Ayuntamiento de Córdoba, Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (IMDEEC), Diputación de Córdoba y Universidad Loyola, así como con la colaboración

de Garantía, Goya España, Concepto Instituto de Investigación, y con la colaboración técnica de Jinzai.

El acto fue presentado por **Alfredo Chávarri**, director general de Andalucía Económica, quien aprovechó la ocasión para pedir un aplauso en memoria del empresario cordobés José Carlos Hurtado. De otro lado, Chávarri destacó la importancia de las instituciones y de contar con calidad institucional.

El evento fue inaugurado por **José María Bellido**, alcalde de Córdoba, quien agradeció a Andalucía Económica por elegir esta ciudad para presentar este barómetro que cumple un cuarto de siglo. Bellido calificó el barómetro como un “acicate” con el que las administraciones públicas pueden mejorar sus políticas. El alcalde

habló de la confianza y estabilidad existente en Córdoba y Andalucía que favorecen las inversiones. También se refirió a la seguridad jurídica y a la agilidad administrativa que están permitiendo desarrollar grandes proyectos de inversión públicos y privados. “En este compromiso, contamos con la gran colaboración de la Junta de Andalucía, para quitar burocracia y simplificar procesos, en un entorno fiscal más amable”, indicó.

Es preciso, añadió, ayudar a las empresas en su transformación digital, en la innovación o la internacionalización. “Esto también es lo que hacemos desde IMDEEC, para lograr que Córdoba y Andalucía estén saliendo de los tristes puestos que liderábamos –como el desempleo–”, concluyó Bellido.

PATROCINADO POR:



COLABORAN:



COLABORADORES EN LA PRESENTACIÓN:



COLABORADOR TÉCNICO:



“Andalucía va por el buen camino, pues está creciendo por encima de la media, está creando más empleo que nunca”, indicó España

Asimismo, en el acto también intervino **Ricardo Castilla**, CEO de Concepto Instituto de Investigación Estratégica, empresa encargada de realizar el estudio técnico del barómetro que este año cumple su 25 aniversario. Este barómetro se ha convertido “en el altavoz –sin filtros, influencias y maquillajes estadísticos–, de las expectativas, opiniones y tendencias de las principales empresas andaluzas, consiguiendo ser una herramienta de referencia de consulta para las administraciones públicas, asociaciones empresariales y de la sociedad en general”, aseguró.

Según apuntó, el éxito del estudio radica en haber conseguido involucrar a los directivos de las principales empresas andaluzas por su nivel de facturación. Castilla recordó los retos que ha supuesto la elaboración del barómetro desde los tiempos iniciales con los cuestionarios por correo postal con franqueo en destino, a las entrevistas telefónicas con apoyo como las CATI o CAWI o las actuales digitales, herramientas como las @Surveys-Concept con las que se analizan las respuestas que sirven para la toma de decisiones de éxito a las empresas, a las administraciones públicas, a la sociedad en general.

A lo largo de estas 25 ediciones, se han realizado más de 5.500 entrevistas a empresarios y se han tabulado más de 300.000 respuestas, que han servido para demostrar que el barómetro se ha convertido en un mantra en el acontecer del futuro económico. Sin embargo, las imperfecciones forman parte de la investigación, desde el revés en 2020 con la pandemia, o los aciertos en las visiones de cambio de expectativas en 2006 adelantando la crisis de 2008 o de anticipación de la finalización de ésta en 2015.

Castilla finalizó su discurso agradeciendo a todos los empresarios, directivos y presidentes de empresas que dedicaron una parte de su tiempo para entrever el tiempo futuro y a todos los que han tenido algo que ver



Salvador Fuentes, presidente de la Diputación de Córdoba.



Juan Ignacio Zafra, director territorial de Caixa-Bank en Andalucía.

con este análisis (a los presidentes Alfonso Castilla y a Tomás de la Cruz, al catedrático José Javier Rodríguez, a los compañeros técnicos y periodistas de la revista, especialmente a su dirección capitaneada por Alfredo Chávarri y su consejo de administración, al equipo administrativo y técnico, programadores y analistas de Concepto).

Apoyo a las empresas

Por su parte, **Antonio Higueros**, director territorial de Garantía, señaló que “como Sociedad de Garantía Recíproca (SGR), es clave conocer la marcha de la economía y adelantarnos al escenario que nos anuncian estas previsiones y barómetros. Desde Garantía estamos convencidos que 2025 va a ser un año en el que ese



Carolina España, consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos.



José María Bellido, alcalde de Córdoba.

apoyo a las empresas va a ser muy necesario, porque los empresarios andaluces son valientes y se crecen ante las dificultades, son constantes y tienen un claro empeño en seguir creciendo y aportando a nuestra economía. Y en ese empeño, nos van a encontrar siempre”

Tal y como apuntó, Garantía sigue teniendo un impacto positivo en la economía andaluza. En siete años, con el apoyo de Garantía a la financiación, han posibilitado la realización de inversiones por 1.670 millones euros y el mantenimiento de más de 65.200 empleos. En 2024, han alcanzado los 25.500 socios, cuentan con diez oficinas en toda Andalucía y 90 empleados.

Mercedes Torres, vicerrectora de Investigación de la Universidad Loyola, se refirió al barómetro como “una valiosa publicación plenamente consolidada en el panorama económico y empresarial”. Torres habló sobre la incertidumbre y el riesgo. “La incertidumbre puede surgir por diversas razones, como cambios en el entorno macroeconómico, incertidumbres políticas, fluctuaciones del



Mercedes Torres, vicerrectora de Investigación de la Universidad Loyola.



Antonio Higueros, director territorial de Garantía.



Ricardo Castilla, CEO de Concepto Instituto de Investigación.

mercado, avances tecnológicos (crisis en Oriente Medio, debilitación de la economía alemana, la elección de Trump como presidente de EEUU y sus consecuencias en la inflación y otras variables económicas., la situación fiscal en algunos estados europeos, la persistencia de un déficit público elevado en nuestro país, la reducción de la jornada laboral, el cambio climático y la sequía...)"

“Por desgracia, la incertidumbre es una característica innata de las decisiones en el ámbito de la economía y la empresa. En este contexto, las previsiones económicas constituyen una herramienta fundamental para reducir esta incertidumbre. Aunque no pueden eliminar por completo la incertidumbre, sí contribuyen a gestionar el riesgo y a tomar decisiones estratégicas informadas”

Según apuntó la vicerrectora de Investigación de la Universidad Loyola, estudios como el barómetro proporcionan a los empresarios información sobre el clima económico y las expectativas del mercado que les ayuda a tomar decisiones. También ayudan a las administraciones públicas a evaluar el impacto de sus políticas y de los programas de apoyo empresarial implementados. Estos estudios permiten detectar oportunidades de crecimiento en sectores emergentes. También permiten identificar amenazas, como la escasez de mano de obra cualificada, el aumento de los costes de producción por la subida del precio de las materias primas o la mayor presión fiscal. Las previsiones económicas facilitan la comunicación y colaboración entre el sector privado y las instituciones públicas. También sirven

para comparar el desempeño económico de Andalucía con otras comunidades.

Desde la Universidad Loyola realizan desde hace 10 años el informe de proyecciones macroeconómicas Loyola Economic Outlook (LEO), cuyos resultados se presentan trimestralmente. Según la Diana Esade, la Universidad Loyola hizo las previsiones económicas más acertadas de 2023 de todas las entidades que componen Funcas. “Este liderazgo de la Universidad Loyola en el ámbito de la investigación en economía se ha visto reflejado en su inclusión en el top 500 de las mejores universidades del mundo, según el último Ranking Shanghai por áreas de conocimiento.

Datos macro

En su intervención, **Juan Ignacio Zafra**, director Territorial de CaixaBank en Andalucía, ofreció una visión desde el punto de vista macroeconómico. En este sentido, apuntó algunas debilidades y amenazas que se están

“Andalucía está en una situación de privilegio, porque tiene muchas fortalezas consolidadas como la estabilidad que hace que tenga un presupuesto aprobado desde el principio”, aseguró Juan Ignacio Zafra

dando y que tienen que ver con el crecimiento insostenible de la deuda pública; y el problema de la productividad en Europa. En su opinión, en este contexto, “Andalucía está en una situación de privilegio, porque tiene muchas fortalezas consolidadas como la estabilidad que hace que tenga un presupuesto aprobado desde el principio”

Zafra indicó que la comunidad tiene dos sectores muy potentes, como son el agroalimentario y el turismo, que debemos reforzar. “Se trata de hacer mejor lo que ya hacemos bien. La tecnología puede ayudar a conseguirlo”. Asimismo, destacó la buena posición de Andalucía en energías limpias. En su opinión, todo ello nos da una buena posición para minimizar los retos que tenemos:

- Infraestructuras: especialmente apuntó a la necesidad de seguir invirtiendo en infraestructuras hídricas, esenciales precisamente para el sector agroalimentario y el turístico.
- Desempleo sigue siendo uno de los principales problemas de la región.
- Demográfico: según indicó, este reto va a suponer oportunidades pujantes en el sector inmobiliario.
- Economía del conocimiento y de los directivos y empresarios.
- Tamaño de las empresas.

Por último, el responsable territorial de CaixaBank en Andalucía apuntó a la importancia del talento de las personas.

Salvador Fuentes, presidente de la Diputación de Córdoba, empezó su discurso dando la enhorabuena a la revista por sus 25 años de barómetro. “Es un orgullo que Andalucía tenga una revista como Andalucía Económica

“El barómetro se ha convertido en el altavoz –sin filtros, influencias y maquillajes estadísticos–, de las expectativas, opiniones y tendencias de las principales empresas andaluzas”, afirmó Castilla



mica. Hay otras comunidades que no tienen una revista de referencia. Hay que reconocer y premiar el ejemplo”, declaró Fuentes.

El presidente de la Diputación de Córdoba habló de la importancia de las empresas. “No hay empleo ni progreso sin empresas”, aseveró. Destacó el grado de solidaridad –por ejemplo con la DANA de Valencia– y compromiso de los empresarios andaluces.

Salvador Fuentes indicó que “Andalucía va bien”, con tasas de crecimiento del 2,5% al 2,8%, a pesar del contexto internacional (incertidumbre por las guerras, Trump y los aranceles...), “pero tenemos cosas que hacer. Tenemos que garantizar la calidad institucional para resolver problemas a la gente”, afirmó.

Según apuntó, hay que aumentar la capacidad de adaptación, incrementar la base tecnológica, elevar la seguridad jurídica y ajustarse a los calendarios. En su opinión, se está fortaleciendo el modelo productivo diversificándolo. “Habría que pensar en crear un lobby andaluz. ¿Por qué no? No somos más que nadie, pero tampoco menos. Somos despensa, turismo, energía, militar...”, arengó Fuentes.

El presidente de la Diputación de Córdoba acabó su discurso haciendo hincapié en la importancia del agua. “Hemos visto las consecuencias de la sequía por la mala planificación hidrológica. No se nos puede olvidar el agua”, concluyó.

Por buen camino

La presentación fue clausurada por **Carolina España**, consejera de

Economía, Hacienda y Fondos Europeos de la Junta de Andalucía. España aseguró que “Andalucía va por el buen camino”, pues “está creciendo por encima de la media, está creando más empleo que nunca, con ese máximo histórico de 3,5 millones de afiliados a la Seguridad Social, y con una confianza empresarial por encima de la media”

Carolina España resaltó que Andalucía es “la tercera locomotora económica de España, hemos superado a Madrid en número activo de empresas, con unas cifras de exportaciones batiendo récord cada trimestre y aumentando el número de países de destino. Por lo tanto, la marca Andalucía cada día está más fuerte, cada día es más importante en el resto del mundo”

Todo ello, según argumentó, es posible “porque se están haciendo las cosas bien”, dado que “hemos creado en Andalucía un ecosistema de estabilidad”, lo cual es clave, porque “la inestabilidad política es absolutamente contraria a la inversión, pero aquí en Andalucía tenemos estabilidad política y estabilidad presupuestaria”, ya que “cada año aprobamos un presupuesto, y tenemos seguridad jurídica”, es decir, “aquí no vamos a cambiar las leyes de un día para otro, en definitiva estamos generando confianza”

Según subrayó España, “es muy importante para el inversor, es importante para que las empresas se establezcan aquí en Andalucía. De hecho, en el barómetro de Andalucía Económica “se ve cómo los empresarios puntúan a la Administración andaluza, a la Junta Andalucía, por en-

cima de un seis con respecto a diez, es decir, casi el doble de la puntuación que se le da, por ejemplo, a la Administración central, a la Administración del Gobierno de España”

El Barómetro, en palabras de Carolina España, “es una herramienta que sirve al sector empresarial para ver por dónde respira nuestra tierra, qué va a ocurrir en los próximos tiempos”, y “se palpa cierta preocupación sobre el tema de la inflación, sobre el precio de los carburantes, de las materias primas” pero “también hay preocupación en el sector empresarial por la inestabilidad política que hay en el Gobierno de España, que de alguna forma se está trasladando también al resto del país, como no puede ser de otra manera, por ese impuesto a las energéticas, que nos puede hacer tanto daño aquí en Andalucía, sobre todo en la parte de Huelva y de Cádiz con el Valle del Hidrógeno Verde”. Pero, a pesar de ello, Carolina España ha concluido que “en Andalucía la situación va por buen camino”, dado que en el Gobierno andaluz están “trabajando todos los días centrados en defender a los andaluces y a nuestras empresas”, que “son un pilar fundamental en la transformación económica que se está produciendo en Andalucía”

“Los empresarios son los que crean el empleo, los que dinamizan la economía y los que crean la riqueza. Aquí tienen, en el Gobierno de la Junta de Andalucía, una mano amiga, una administración amiga, para seguir juntos, de la mano, en colaboración público-privada, para seguir transformando nuestra tierra”, finalizó la consejera. ■



Rafael Alguacil, de Fábrica Financiera; José Manuel Jiménez, de Ingedeca Constructora; y Víctor Macías, de AJE Córdoba; junto a Laura Babio y Ernesto Pérez, ambos de Sdp Estudio Legal.



Octavio Luque, de Geminis; Francisco Lozano, de Solabance; Joaquín Gisbert, de CECE; José Luis Pérez, de la UCO; y Marco Cremades, de Academia Británica.



Pedro Cruz Rodríguez; Antonio Mmarañón, de Asepeyo; Daniel García, de Ibarrola; Fernando Casas, de KPMG; Jorge Ramos, de San Telmo; Javier Morrilla; y Francisco García.



Javier García, de Asepeyo; Javier Rovira, de Frutas Carpio; Miguel García, de Consultoria MGC; y Antonio Serrano, del Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Córdoba.



Mari Paz Aguilera, de Rich Asociados; Álvaro Espejo, de Talentia; y María Lunz, de Suelo Firme; junto a María José Torres y Pilar Marín, ambas de CaixaBank.



María Luisa Gómez, de Indeec, acompañada por Joaquín Gómez; Iván Vargas; Juan Fernández; y Jesús Palomares, todos ellos de CaixaBank.



Tristán Pertñez, de Centra; Francis Peña, de Grupo Peña Automoción; Rafael Alcáida, de Vodafone; Tomás de Haro Pérez, de Vistalegre Solutions; Antonio Díaz, de CECE; y Francisco Pérez, de Vistalegre.



Ángela Cremades, de Academia Británica; Víctor Macías, de AJE Córdoba; Laura Luque, de AJE Andalucía; Julia Aguirre, de Oypa; Arantxa Moreno, de Rother; y Rafael Aguirre, de Aguirre Donate Verastegui.



Manuel Mazo, de Ximenez Group; Carlos Raya; y Ricardo Castilla, de Concepto; junto a Manuel Hidalgo y Vicente Mengual, ambos de Grupo Eulen.



Susana Martín, de Grupo Infotec; Antonio Pérez, de Bidafarma; Mercedes Torres, de Universidad Loyola; y Rafael Millán, de Bidafarma.



Manuel Reina, de Gesthispania; Eva Mesa, de CaixaBank; Enrique González y Antonio Higueros, ambos de Garantía Córdoba; y José Luis Fernández.



Pedro Ruiz, de ARIM Solution; Rafael Muñoz, de Cesce; José Antonio Fernández, de la Universidad de Córdoba; Miguel Alonso, de Oypa; Carlos Alarcón, de Goya España; José Luis Sánchez, de Sando; y Juan Ignacio Zafra, de CaixaBank.



Antonio Carpintero, de Carant Premium; Javier Alameda, de Mesima; y Borja Díaz-Canel, de Grupo Eulen.



Nuria López y Nuria Gordillo, ambos de Universidad Loyola; y Josá Manuel Martín, de Fundación ETEA.



Jesús Guerrero, de Hostecor; las abogadas Elena Lechuga y Carmen Santiago; e Inmaculada Pérez, del Foro de Empresarias y Profesionales de Córdoba.

Sandfire Matsa impulsa el futuro de los jóvenes onubenses con su Programa Becas



Sandfire Matsa ha celebrado el acto de entrega de su Programa de Becas 2024, con el que premia la excelencia académica de los estudiantes que obtuvieron el curso pasado los mejores expedientes en los IES San José de Cortegana y Diego Macías de Calañas. Así, gracias a una ayuda de 2.500 euros para cada uno de los cuatro beneficiarios, estos y sus familiares podrán costear parte de los gastos de matriculación del primer curso universitario o de Formación Profesional, así como de residencia, des-

plazamientos y compra de material educativo. Los alumnos del IES San José becados en esta ocasión han sido Marta Anarte Amigo y Javier Barroso Cecilia, naturales de Aroche y El Repilado-Jabugo, quienes han comenzado los grados de Derecho en la Universidad de Sevilla y de Biotecnología de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, respectivamente. Del IES Diego Macías, Rocío Márquez Sánchez y Alicia González García han sido las que mejor expediente han conseguido y, por tanto, las beneficiadas con esta iniciativa. Ellas, naturales de El Cerro de Andévalo, están estudiando ambas en la Universidad de Sevilla. ■

La Feria del Vino y el Mar cierra con éxito su edición



La tercera edición de la Feria del Vino y el Mar (Vimar 2024), ha concluido con las Jornadas Técnicas de Innovación 'Proyectos de investigación del sector del mar y la vid', para promover el intercambio de conocimientos, experiencias y avances tecnológicos en la viticultura y la actividad marina.

Vimar ya es una cita de referencia de los sectores vinícola y gastronómico, y en su última edición batió récord de asistencia con más de 3.000 visitantes, erigiéndose como un gran escaparate de promoción, intercambio y difusión del sector vitivinícola y las industrias del mar de España y Portugal. Vimar está promovida por el Grupo Azahara de Comunicaciones y cuenta con el patrocinio de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, el sello de calidad 'Gusto del Sur' y la campaña promocional 'Mares que Saben'. Sus colaboradores a Turismo Andaluz, el Puerto de Huelva, el Ayuntamiento de Ayamonte y la empresa de aguas Giahsa. ■


Vithas abre en Nervión su nuevo centro médico




Vithas ha abierto su nuevo centro médico en Sevilla, ubicado en Nervión, en la avenida Ramón y Cajal, que ocupa una superficie de más de 1.500 m², distribuidos en dos plantas. Cuenta entre otras con las especialidades de aparato digestivo, cardiología con pruebas de esfuerzo, ginecología y obstetricia, fisioterapia, traumatología, oftalmología, pediatría, dermatología, urología y medicina general, entre otras, además de una completa área quirúrgica y endoscópica. Este nuevo centro ha supuesto una inversión de más de 3 millones de euros. ■

 **Cunext Copper Industries**, empresa del sector de la fabricación de materiales de cobre y aluminio para la transmisión de energía eléctrica, datos y señales, ha recibido la certificación Marca Aenor N Sostenible. De hecho, en estos momentos es la única compañía en el sector con esta certificación en vigor para sus conductores de cobre desnudo para instalaciones de puesta a tierra, lo cual garantiza que su producto cumple con criterios de sostenibilidad en todas sus dimensiones.

 **The Valley Business & Tech School**, escuela de negocios especializada en soluciones formativas en digital y tecnología, ha anunciado la apertura de una nueva sede en Málaga con el objetivo de impulsar la formación en inteligencia artificial y acelerar la adopción de tecnologías disruptivas en la región. Esta expansión responde al crecimiento del ecosistema tecnológico y empresarial en la ciudad andaluza y busca hacer frente al desafío de la transformación digital y al reto de la empleabilidad.

 **El Grupo Federópticos** va a poner en marcha, a partir del próximo año, nuevas herramientas y servicios de apoyo para sus socios. Se trata de algunas de las principales líneas de actuación de su Plan Estratégico 2025-2029. Un plan con una clara visión de futuro para el desarrollo del grupo, que ha sido presentado en la Convención Nacional celebrada en Barcelona. El Grupo Federópticos cuenta con más de 190 centros en toda España.

 La constructora almeriense Jarquil ha entregado al Ayuntamiento de Roquetas de Mar (Almería) la primera fase de las obras de la residencia de mayores Virgen del Rosario, que comenzaron en enero de 2023, a instancias del consistorio almeriense, con un presupuesto superior a los 6 millones de euros. Los trabajos se desarrollan en dos fases y suponen una importante modernización de las instalaciones, que permitirá mejorar la calidad asistencial, así como el servicio y atención a los usuarios, además de ampliar notablemente su capacidad.

< en Corto >



Lidl continúa consolidando su crecimiento en Andalucía. Así lo avala el Informe del impacto corporativo de Lidl en España en 2023, elaborado por la consultora independiente PwC para analizar el impacto económico y social de la cadena de supermercados en el país. Lidl incrementa un 6% su impacto en el PIB andaluz en solo un año y suma ya más de 40.000 empleos. En 2023, la compañía ha aportado más de 1.880 M€ al PIB andaluz, una cifra sin precedentes que supone el 1,06% del total de riqueza que genera Andalucía.



Alterhome, cadena especializada en la gestión de viviendas en alquiler turístico o vacacional, ha anunciado la apertura de su primera oficina franquiciada en Jerez de la Frontera (Cádiz). La nueva delegación operará en la provincia de Cádiz y entre las comarcas donde esperan tener presencia en 2025 se encuentran Rota, Chiclana o el Puerto de Santa María.



Atalaya Mining y la **Fundación Río Tinto** cuentan con autorización para poner en marcha la iniciativa turística Riotinto Experience, que acerca al público la minería de Huelva con el primer recorrido turístico por una mina metálica activa y a pleno rendimiento, la mina de Riotinto. Una experiencia, que se suma a la oferta del Parque Minero; y una apuesta por la diversificación económica del territorio, cuyos ingresos servirán para seguir mejorando la puesta en valor del patrimonio industrial de la Cuenca Minera.



En octubre, **Covirán** alcanzó un nuevo nivel de expansión al abrir ocho supermercados en España y Portugal, demostrando su continuo compromiso con el comercio local, el autoempleo y la relación cercana con sus clientes. Los nuevos supermercados se encuentran ubicados en las siguientes zonas: tres en el País Vasco, tres en Andalucía, una en Cataluña y una en el distrito portugués de Lisboa. Con estas aperturas, Covirán ha generado 27 nuevos puestos de trabajo y ha aumentado en 1.466 m² la superficie de ventas, mejorando la oferta para los consumidores.

Garantía reúne en Córdoba a todos sus empleados en su VI Convención anual

Garantía SGR, Sociedad de Garantía Recíproca, ha celebrado su VI Convención anual en Córdoba, donde reunió a su equipo directivo, presidido por Javier González de Lara, al Consejo de Administración y a los más de 80 empleados de las diez delegaciones con las que cuenta la compañía en Andalucía. La jornada de trabajo, celebrada bajo el lema 'Garantía con buen rumbo', contó con la apertura institucional del presidente de la Confederación de Empresarios de Córdoba, CECO, Antonio Díaz, quien destacó el papel de las Sociedades de Garantía Recíproca en Andalucía que tuvieron su nacimiento en esta ciudad en 1981 con Coraval. Javier González de Lara destacó el hito logrado por la SGR andaluza en siete años de trayectoria hasta situarse como la primera sociedad de avales de España en financiación a autónomos y a nuevas empresas y en financiación al sector agroalimentario, segunda a nivel nacional en número de socios, con 25.500, y tercera en riesgo vivo, con casi 900 millones de euros. ■



Moeve renueva sus estaciones de servicio

Moeve revoluciona el mercado de las estaciones de servicio con el lanzamiento de su nueva gama de establecimientos y avanza así en su estrategia de transformación Positive Motion. La energética ha presentado hoy en Madrid la que será su buque insignia de la nueva red de estaciones de servicio, basada en un nuevo concepto centrado en el suministro multienergía, servicios complementarios de restauración, ocio y comercio. Todo ello, bajo una experiencia de cliente diferencial, mediante la que la compañía quiere convertir sus 1.800 espacios bajo su marca premium en España y Portugal, en lugares en los que el cliente disfrute de una estancia personalizada y placentera. La energética comienza así la transformación de la segunda mayor red de estaciones de servicio en el conjunto de España y Portugal, que irá cambiando de forma progresiva hasta 2027. ■



Nueva edición del Foro EOI-Aedipe con Michael Page

Más de 150 profesionales de recursos humanos se dieron cita en una jornada sobre 'La IA y el impacto en el área de personas', donde se contó con la intervención de Mamén Blanco, experta en IA y autora del libro 'ChatGPT para RR-HH', e Irene Barrena, directora de Recursos Humanos en IBM-España, Grecia e Israel. También participaron Fátima Delgado, presidenta de Aedipe Andalucía; Francisco Velasco, delegado en Andalucía de la Escuela de Organización Industrial (EOI); Eduardo Escobar, Executive Director Zona Sur, Levante y Galicia en PageGroup; y Álvaro León, director de la zona Sur de PageGroup. ■



Una OPA interminable, entre polémica y controversia



Antonio Pedraza

Presidente de la Comisión Financiera del Consejo General de Economistas (CGE), de la Fundación Manuel Alcántara y Presidente de Honor de Esesa.

“Una gran preocupación por el impacto en competencia y el posible deterioro de la situación para los consumidores si la OPA sale adelante”

Carlos Cuerpo. Ministro de Economía, Comercio y Empresa

EN el sector financiero español hemos venido asistiendo desde la crisis del 2008 a una reconversión y saneamiento que han hecho tambalear su configuración y estructuras que se consideraron siempre tan sólidas. El sistema financiero de nuestro país presentaba problemas especialmente de capital y de financiación, agravados por la estructura peculiar de las cajas de ahorros. Desde entonces, los bancos y cajas sufrieron una serie de operaciones de fusión, adquisición o transformación de cajas en bancos, con utilización de recursos públicos y privados, intervención del Banco de España, creación del FROB... etc. Un coste de reestructuración bancaria que supera, según los últimos datos del Tribunal de Cuentas, los 71.000 millones de euros.

Similar a lo sucedido en sectores como las telecomunicaciones o las empresas energéticas,

cada vez subsisten menos operadores. En el caso de la banca, España cuenta con el sector financiero que más se ha concentrado tras la grave crisis, que lo puso todo patas arriba. En la actualidad, el porcentaje de activos en manos de los cinco grandes bancos (CaixaBank, Santander, BBVA, Sabadell y Bankinter) creció en más de 30 puntos en los 14 años siguientes al 2008. Algo que sólo ha sido superado por Grecia. Con datos a cierre del tercer trimestre de 2024, nuestros bancos logran unos beneficios de 23.656 millones, un 20% más respecto al mismo período de 2023, cerrando un año récord. Todo ello, con ratio de morosidad en mínimos, un 3,43%. En este escenario extraordinario para la banca se plantea la OPA BBVA-Sabadell, que tanta expectación, controversias e incertidumbres viene generando.

Tras años de cierta calma

El sector bancario español llevaba casi tres años sin grandes fusiones tras las integraciones de Unicaja y Liberbank y de CaixaBank y Bankia, años marcados por las alzas de los tipos de interés, que ha permitido a los bancos subir el margen y registrar beneficios récord. Ahora, casi a la

mistad del 2024, BBVA y Sabadell se vuelven a sentar a negociar una fusión que ya plantearon ambas entidades en plena pandemia.

En 2020, BBVA quiso aprovecharse de la dificultosa situación por la que atravesaba la entidad catalana, a la que se acusaba de tener red comercial envejecida, escasa digitalización, exposición excesiva al crédito pyme y una filial británica TSB co UK, en pérdidas. Pero la situación ha cambiado y Banco Sabadell es una fortaleza en el negocio de las pymes.

La entidad genera alta rentabilidad a raíz de la subida de tipos de interés, sus programas de reducción de costes han resultado exitosos y su filial británica entró en beneficios. En aquella ocasión, ambos bancos se plantearon la fusión amistosa, rompiéndose las negociaciones al no ponerse de acuerdo en el canje de acciones. El BBVA justificó que el Sabadell pedía un precio de 0,50 euros por acción, cerca de un 20% más de lo que valía en bolsa en aquellos momentos.

La oferta de la discordia

El pasado 27 de noviembre, tuve ocasión de intervenir en Negocios TV junto a Alberto Iturralde, experto en Bolsa y geopolítica y uno de los ana-

COMPARATIVA RATIOS BBVA - SABADELL

	Beneficio (En millones)	Variación (interanual en%)	Rentabilidad (ROTE)	Var. Puntos Porcentuales
BBVA	7.622	28	20,01%	3
Sabadell	1.295	26	13,2%	2,9
	Margen de intereses (Mill. euros)	Variación (interanual en%)	Eficiencia (En porcentaje)	Var. Puntos Porcentuales
BBVA	18.861	5,7	38,9	-2,9
Sabadell	3.746	6,7	40,7	-1,2

Fuentes: Expansión, con datos de las propias entidades.

LETRAS DEL TESORO

COTIZACIÓN AL 30.11
TIPO DE INTERÉS MEDIO (%)

3 meses	6 meses	9 meses
2,716	2,552	2,681

Fuente: Tesoro.es.

listas más seguidos en asesoramiento sobre mercados financieros.

El programa analizó esta OPA y por ello aprovecho esta tribuna para dejar constancia de lo tratado, de forma más reposada, así como de las conclusiones a las que se pudo llegar en el análisis de este movimiento corporativo que, además de amenazar con prolongarse en el tiempo, volverá, si se concreta, a cambiar el panorama bancario en España.

Conforme a lo previsto en la oferta presentada el pasado 9 de mayo, la contraprestación de la misma –inicialmente una acción de nueva emisión de BBVA por cada 4,83 acciones del Banco Sabadell– ha sido posteriormente ajustada para reflejar el pago del dividendo de 0,08 euros brutos por acción realizado por el Banco Sabadell el 1.10.2024, pasando la ecuación de canje a ser de una acción de nueva emisión de BBVA por cada 5,0196 acciones de Banco Sabadell.

Asimismo, también el pago de dividendo de 0,29 euros brutos por acción realizado por BBVA el 10/10/2024, hace que la oferta de canje se incremente al añadir el pago en efectivo de 0,29 euros por cada 5,0196 acciones del Banco Sabadell canjeadas. Las espadas en alto, toca esperar acontecimientos.

El banco de Sabadell, rechazaba esta última oferta por considerar que infravalora a la entidad y acusaba a BBVA de vulnerar la ley de OPAs por publicar datos incompletos.

La decisión está ahora en los accionistas de Banco Sabadell, de los que más del 50% deben aceptar para que la operación, rechazada por el ministro de Economía “tanto en forma como en fondo”, salga adelante. Pocas veces un Gobierno se ha manifestado tan contundente sobre una operación corporativa. Además de ese ministe-

LOS GRANDES DE LA BANCA ESPAÑOLA ENVOLUCIÓN EN BOLSA

(DATOS A 22.11 Y AÑOS, EN %).
LA CAPITALIZACIÓN BURSÁTIL SE REFLEJA EN MILLONES

	Evolución 22.11	Evolución 2024	Capitalización bursátil
CaixaBank	-4,32	40,31	37.988
Santander	-3,52	15,57	67.679
Bankinter	-2,56	29,85	6.765
Sabadell	-1,9	62,58	9.844
BBVA	-0,91	11,48	52.849
Unicaja	-0,16	38,65	3.173

Fuentes: Bloomberg y Expansión.

MAYOR RETRIBUCIÓN CUENTAS A PLAZO, CUBIERTOS POR EL FONDO DE GARANTÍA ESPAÑOL

Entidad	3 meses	6 meses	12 meses	18 meses	24 meses
BFS			2,90	2,80	2,55
Pibank			2,83		
EBN Banco	2,85	2,45	2,65	2,45	2,50
Wizink			2,60	2,50	2,30
Banco Pichincha			2,52		
Banca March	3,00	2,50			
Cetelem	3,10	2,55	2,30		2,75
Singular Bank	2,75	2,45	2,30		
My Investor	2,75	2,50	2,25		
Deutsche Bank	2,47	2,36	2,10		

Fuente: Elaborado por Expansión.

rio, también lo han hecho con rotundidad la ministra de Hacienda y la vicepresidenta segunda, manifestando la negativa del Gobierno a la OPA y mucho más siendo hostil, sin consentimiento o acuerdo previo del Sabadell: “El Gobierno no va a autorizar esta operación porque entiende que llevaría a una excesiva concentración de riesgo y, por tanto, el procedimiento se irá acompañando hasta el final, donde insistimos, tenemos la última palabra”.

Una enmienda con la llave del Gobierno

No se puede olvidar que la Ley de Supervisión Bancaria contiene una enmienda que tiene la llave para la OPA. Su disposición adicional decimosegunda dice que “corresponde al ministro de Economía y Competitividad autorizar las operaciones de fu-

sión, escisión o cesión global o parcial de activos y pasivos en que intervenga un banco, o cualquier acuerdo que tenga efectos económicos o jurídicos análogos a los anteriores”. Parece claro quién puede tener la última palabra, por razones económicas, algo que podrían ser congruente –disminución competencia–, o por cuestiones meramente políticas, lo menos deseable y preocupante en este caso.

El primer organismo supervisor al que se ha de someter, trámite en que ese encuentra la OPA en la actualidad, es la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC), donde se esperaba también por BBVA, un plázet incluyendo condiciones salvables.

Pero este organismo, que siempre ha hecho gala de independencia, puede haber cedido a las presiones políticas, sobre todo provenientes de Cataluña, para extremar su análisis y

ASINTONÍA CRECIMIENTO EUROZONA - ESPAÑA

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*
ESPAÑA	2,9	2,9	2,4	2,0	-10,9	6,7	6,2	2,7	3,0	2,3
Eurozona	1,8	2,6	1,8	1,6	-6,0	6,3	3,5	0,4	0,8	1,3

Fuente: Eurostat.

llevar el expediente a Fase II. Ello supone que todo el que pueda verse perjudicado por la OPA pueda presentar alegaciones ante este organismo. El Sabadell, que en fase I solo podría suministrar información requerida por el regulador, en esta fase se persona y puede argumentar en contra de la OPA. También las comunidades afectadas: Cataluña por supuesto; Valencia, donde mantiene su sede el banco; o Asturias, con una presencia fortísima a raíz de compra del Banco de Asturias por Sabadell.

A estas alturas, la CNMV espera para pronunciarse, mientras el Banco de España y la Comisión Europea ya se han adelantado aprobándola. Ésta siempre ve menos problemas en los grandes bancos internacionalizados y con diversificación de riesgo y fuentes de resultados. Bancos que, por otra parte, tienen el carácter de sistémicos, en el sentido de que, ante una caída, tienen que ser salvados por afectar con la misma al sistema financiero y a la propia estabilidad económica de la UE.

En absoluto esta decisión condiciona el proceso que se sigue, que es absolutamente interno, ello sin restar importancia al pronunciamiento. Otros organismos o entidades se han manifestado, el último en hacerlo ha sido Exane BNP Paribas: “Hay demasiadas incertidumbres”. La fusión tendría un impacto de 55 puntos en el capital de BBVA y rebajaría su ratio de capital. Concluyendo que la operación no es un buen movimiento estratégico en este momento, porque el hecho de que sea hostil podría significar que se alargue más de lo previsto, hasta mediados del 2026.

CNMV y el imprescindible folleto de la OPA

Mientras tanto, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), supervisor de los mercados, aún debe

“La fusión que se plantea dejaría más del 65% del crédito de Cataluña en manos de tres bancos, los dos que forman parte de la operación, y CaixaBank. Algo tan cercano al oligopolio en toda regla”

dar su OK al documento con las condiciones de la operación, el folleto de la OPA.

Lo normal sería que esperara al veredicto de competencia, evitando que los accionistas tengan que pronunciarse sin conocer las condiciones que se impondrán a la unión de ambos bancos. No obstante, tampoco sería descartable que se pronunciase antes y emitiese el folleto, haciendo mención a los condicionantes que pueden surgir del análisis y dictamen que salga de esa segunda fase de la CNMV, algo que dicho así, no acaba de parecer razonable por la importancia que tiene un folleto de OPA de cara a las decisiones de los accionistas de ambos bancos. Lo lógico es que la CNMV se pronuncie después de conocer condicionantes que salen de la segunda fase del proceso actual en CNMV.

Hay que observar de entrada, que no es una negociación entre iguales. El BBVA tiene un valor en bolsa que ronda los 60.000 millones de euros, ello a pesar de que los inversores han castigado la acción tras conocerse el lanzamiento de la OPA. En el caso de Sabadell, su calor está ligeramente por encima de los 10.000 millones.

El primero genera la mayor parte de su negocio fuera de España, de forma que, en el primer trimestre, de los 2.200 millones de euros de beneficios, solo 725 millones corresponden a lo generado dentro del país. En el Sabadell ocurre lo contrario, de los 308

millones obtenidos en ese periodo, 263 fueron del mercado interior.

El BBVA es hoy, la mayor institución financiera en México, con franquicias líder en América del Sur y en la región ‘sunbelt’ de EEUU, siendo el primer accionista del banco turco, Garanti. Su modelo de gestión entraña una descentralización de las filiales. El Sabadell tiene en propiedad el banco inglés TSB co UK. También, una amplísima red de sucursales y oficinas de representación, prácticamente en los cinco continentes. Pero su fuerte, tras la adquisición de Banco Atlántico y de Natwest es el negocio de comercio internacional Import-Export, y el de la atención a residentes extranjeros en España. Pero, sobre todo, su especialización en el segmento de las pymes donde ostenta el liderazgo en el mercado interior.

En las fusiones el primer sacrificio es el empleo, también el número de sucursales (solapamiento), en ambos casos sufre la atención y cercanía al cliente. En el de empleados: el BBVA tiene alrededor de 28.000 personas en plantilla y el Sabadell cerca de 14.000. Lo que buscan estas operaciones es alcanzar sinergias, que siempre acaban redundando en la salida de empleados. La fusión que se plantea dejaría más del 65% del crédito de Cataluña en manos de tres bancos, los dos que forman parte de la operación, y CaixaBank. Algo tan cercano al oligopolio en toda regla, que también afectaría a todo el mercado nacional. Quedando claro, además: pérdida de oficinas, destrucción de puestos de trabajo y mayor dificultad en el acceso a la atención y crédito de las pymes.

En el tejado de los accionistas Sabadell

La pelota está ahora en el tejado de los accionistas de Sabadell, de los que más del 50% deben aceptar para que

COMISIÓN EUROPEA PREVISIONES DE CRECIMIENTO DEL PIB NOVIEMBRE 2024

VARIACIÓN ANUAL EN %

	Previsión actual	Variación respecto a mayo en puntos porcentuales
Malta	5	0,4
Croacia	3,6	0,3
Chipre	3,6	0,8
Polonia	3,0	0,2
ESPAÑA	3,0	0,9
Dinamarca	2,4	-0,2
Bulgaria	2,4	0,5
Eslovaquia	2,2	0,0
Lituania	2,2	0,2
Grecia	2,1	-0,1
Portugal	1,7	0,0
Rumanía	1,4	-1,9
Eslovenia	1,4	-0,9
Luxemburgo	1,2	-0,2
Bélgica	1,1	-0,2
Francia	1,1	0,4
R. Checa	1,0	-0,2
UNIÓN EUROPEA	0,9	-0,1
Países Bajos	0,8	0,0
EUROZONA	0,8	0,0
Italia	0,7	-0,2
Hungría	0,6	1,8
Suecia	0,0	1,7
Letonia	0,0	-1,7
ALEMANIA	-0,1	-0,2
Finlandia	-0,3	-0,3
Irlanda	-0,5	-1,7
Austria	-0,6	-0,9
Estonia	-1,0	-0,5

Fuentes: Eurostat y Expansión.

la operación, rechazada en principio por el Ministerio de Economía “tanto en forma como en fondo”, salga adelante.

En este sentido el factor más claro en contra de la operación es que la misma propicia aún más la concentración de nuestros grandes bancos que pasarían de seis a cinco entidades, disminuyendo con ello la competencia. Un reciente caso vivido en los últimos años con la retribución de los depósitos a plazo, pareciendo ocultar un tácito acuerdo, escasez de competencia (perjudicial para los clientes), entre estas entidades para no hacerlo, cuando el Euribor superaba el 3,5% y lo propiciaba, si lo hicieron las pequeñas entidades con menor acceso a la clientela, clamar en el desierto, y dominio de mercado. De nuevo el fantasma del oligopolio bancario con todos sus atributos.

A ello hay que añadir la comentada pérdida de empleo, cierre de oficinas que llevan consigo menor atención al cliente y cercanía al mismo. En el caso de la especialización del Sabadell en ciertos segmentos, de forma objetiva no vemos el peligro que se esgrime, dado que lo que es eficiente y rentable y lo más factible es que se conserve o potencie, incluso con más medios tecnológicos.

A raíz de la oferta lanzada por BBVA, Sabadell se ha disparado en bolsa un 73,29% en lo que llevamos de año, teniendo aun potencial de subida según los analistas del 20,40%, con un precio objetivo de 2,19 euros. En el caso del primero, su subida de solo el 18,63%, la más baja de todo el sector en el Ibx 35, aunque también mantiene un recorrido alcista de un 22,245 hasta los 11,17 euros por acción, con la recomendación de los analistas de mantener sus acciones.

Ahora la política de ambos bancos se centra, en el caso de la entidad vasca, en una campaña publicitaria intensa y costosa para captar adeptos del Sabadell hacia la oferta. Mientras que el banco catalán parece adoptar una actitud defensiva elevando su *payout*, reparto de dividendos, cuya promesa ya alcanza los 2.900 millo-

nes y no se descarta se mejore para el 2024 y 2025, atrayendo el interés de sus accionistas y sin descartar que su rentabilidad por dividendos pudiera ser superior a la obtenida tras el canje por acciones del BBVA.

Asimismo, mientras más dinero efectivo reparta, más baja el valor real de la entidad y menos atractivo resulta para los vascos mantener su oferta, y más difícil aún poder subir su precio. En este punto, recordar la aseveración en la entrevista de Alberto Iturralde en Negocios TV “... para los accionistas del Sabadell, como se queden con las acciones del BBVA, si no las venden nada más culminarse la operación corren financieramente un gran peligro.”

El peso de factores de ‘otro tipo’

En la fusión confluyen factores políticos, el hecho de que tanto Junts como ERC partidos independentistas que rechazan frontalmente la OPA y, que están sosteniendo al Gobierno, no de otra forma se entiende el posicionamiento del mismo, desde un comienzo a esta operación. No podemos olvidar que el Sabadell, por lo pronto (PSOE y Junts) se ha librado del impuesto a la banca, que al BBVA va a suponer importante merma en sus resultados, lo mismo que el triunfo de Trump puede afectar negativamente a su banco en México.

Pero, conforme se vayan cumpliendo hitos favorables en este proceso, con los plácets técnicos correspondientes (lo probable) y, los accionistas del Sabadell deciden vender sus títulos al BBVA, el Gobierno no podría vetar la operación, aunque si podría vetar la fusión de manera que BBVA tendría mayoría accionarial en Sabadell, pero en realidad serían dos bancos distintos. Produciéndose el peor escenario para ambos contendientes.

A este respecto, valga de corolarios el comentario del expresidente de un gigantesco holding empresarial-gran y admirado amigo, no me ha autorizado a mencionar su nombre- que aglutina a las principales empresas europeas de su sector, y

que bajo su égida se llevó a cabo el proceso de integración o fusión exitoso de las mismas: “Además, la cotización del Sabadell está ya descontando la operación y, si los accionistas están esperando la plusvalía, quien la bloquee tendrá que asumir las consecuencias de una caída muy importante si no llega a buen fin.” ■

Novedades en los sistemas informáticos de facturación

Javier Barberá | Gerente KPMG Abogados



La Ley 11/2021, de 9 de julio, de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal introdujo una nueva obligación tributaria formal para impedir la producción y tenencia de programas y sistemas informáticos de facturación que permitan la manipulación de los datos contables y de gestión.

En virtud de esta nueva obligación, los sistemas informáticos o electrónicos a cargo de los procesos de facturación deberán cumplir con determinados requisitos que garanticen la integridad, conservación, trazabilidad e inviolabilidad de las facturas.

Esta regulación de los sistemas y programas informáticos de facturación afecta a dos grupos de operadores:

- Productores y comercializadores de los citados sistemas, en relación con los productos que fabriquen y vendan.
- Usuarios de dichos sistemas y programas informáticos de facturación (con carácter general, empresas y autónomos, salvo determinadas excepciones).

En cualquier caso, quedan exceptuados de la anterior obligación los contribuyentes que lleven sus libros registros del Impuesto sobre el Valor Añadido de forma electrónica a través del sistema de suministro inmediato de información (SII), obligatorio para empresas con facturación anual superior a 6 millones de euros, grupos de IVA y empresas inscritas en el régimen de devolución mensual del IVA (esto es, contribuyentes que presentan sus declaraciones de IVA con periodicidad mensual).

En un principio, se establecieron dos plazos diferenciados para el cumplimiento de esta obligación, de for-

ma que (i) los productores y comercializadores de los sistemas informáticos debían cumplir con los requisitos exigidos en relación con sus actividades de producción y comercialización de los sistemas informáticos en un plazo de 9 meses desde que se aprobase la Orden ministerial que especificase los detalles técnicos del registro y (ii) los usuarios debían tener sus sistemas informáticos de facturación adaptados a las características y requisitos establecidos por esta nueva normativa a partir del 1 de julio de 2025.

En este sentido, el hecho de que la citada Orden no se haya publicado en el BOE hasta el pasado 28 de octubre ha desencadenado una clara incongruencia, en la medida en que los fabricantes y comercializadores de los software de facturación tendrían un mayor plazo para cumplir con esta nueva normativa y adaptar los mismos a las nuevas especificaciones (hasta el 29 de julio de 2025) que el que dispondrían los propios usuarios de tales sistemas y programas de facturación (hasta el 1 de julio del mismo ejercicio), dificultando por tanto el cumplimiento de la normativa por parte de estos últimos.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Agencia Tributaria ha publicado un documento sometido a información pública (consulta pública previa) en el que propone retrasar la entrada en vigor para esta nueva obligación, así como escalonar dicha entrada en vigor diferenciando entre personas físicas y jurídicas para mejorar el soporte técnico de la Agencia Tributaria.

En concreto, esta modificación normativa pretende retrasar la entrada en vigor de esta obligación al 1 de enero de 2026 para sociedades

(sujetos pasivos contribuyentes del Impuesto sobre Sociedades) y al 1 de julio de 2026 para el resto de usuarios, aliviando así el impacto tanto para las empresas como para los profesionales/autónomos.

Asimismo, se pretenden introducir determinadas modificaciones para aquellos casos en que las grandes empresas emitan materialmente la factura en nombre de sus proveedores de menor tamaño, al disponer ya las primeras de sistemas informáticos estructurados de facturación.

En concreto, se prevé excluir de la aplicación de esta nueva obligación a las operaciones documentadas en factura que hayan sido materialmente expedidas por el destinatario, o por un tercero, cuando el sujeto pasivo que expide materialmente la factura esté acogido al SII, evitando así que estos últimos tengan que modificar nuevamente sus sistemas informáticos.

Por último, en relación con esta obligación, conviene tener en cuenta que la administración, como parte del proceso de digitalización de las empresas españolas, está igualmente impulsando la factura electrónica, si bien esta obligación vendrá regulada por otro reglamento que se encuentra actualmente pendiente de aprobación.

En cualquier caso, las empresas y autónomos tendrán que estar muy atentos a la tramitación y al proceso de consulta pública abierto respecto a esta nueva obligación en sus sistemas informáticos de facturación, para poder conocer con suficiente antelación el alcance, consecuencias y efectos de esta modificación en su operativa y tener tiempo para realizar las adaptaciones pertinentes. ■



GRUPOJOLY
PRIMER GRUPO EDITORIAL ANDALUZ



diariodecadiz.es



diariodejerez.es



europasur.es



diariodesevilla.es



eldiadecordoba.es



huelvainformacion.es



granadahoy.com



malagahoy.es



diariodealmeria.es



jaenhoy.es

Analistas Económicos prevé que la economía andaluza crecerá un 2,7% en 2024 y un 2,3% en 2025



Unicaja ha publicado el número 113 de su informe 'Previsiones Económicas de Andalucía', que, como en ediciones anteriores, ha sido elaborado por su sociedad de estudios Analistas Económicos de Andalucía.

Las previsiones apuntan que, en el conjunto de 2024, el PIB andaluz podría crecer un 2,7%, tasa similar a la media española (2,8%) y casi un punto superior a la estimada en marzo, tras registrarse un mayor crecimiento de lo previsto en la primera mitad del año. La demanda interna, la actividad turística y la

positiva evolución del empleo sustentarían este crecimiento.

Para 2025, la tasa de crecimiento podría moderarse hasta el 2,3% (2,2% en España), en un contexto de menor creación de empleo y de menor dinamismo de la actividad en el sector servicios. Las tensiones comerciales y geopolíticas continúan representando una de las principales incertidumbres para las proyecciones de crecimiento.

Se estima que, en el promedio de 2024, el número de ocupados crezca un 2,1%, debido sobre todo a la trayectoria favorable en servicios y construcción. Asimismo, la cifra de parados podría reducirse en torno a un 7,5%, lo que situaría la tasa de paro en el promedio del año en el 16,8%. Para 2025, se prevé un aumento del empleo del 1,9%, estimándose una tasa de paro del 15,9% (11% en España).

Para el conjunto de 2024, las previsiones de Analistas Económicos de Andalucía apuntan a un crecimiento superior al promedio regional en Málaga (3,7%) y Sevilla (2,8%). En Almería (2,7%) la actividad podría crecer a un ritmo similar a la media andaluza. ■

Unicaja refuerza su apoyo al sector del olivar con financiación exclusiva y más agilidad en las operaciones

Unicaja cuenta con una nueva campaña de financiación exclusiva para el olivar, con la que pone a disposición de los agricultores productos y servicios específicos, y sobre todo ofrece agilidad a la hora de tramitar las distintas operaciones.

La entidad da respuesta así a las necesidades de financiación de los agricultores, al poder anticipar la liquidación de la cosecha para conseguir mejorar la productividad de la explotación, volviendo a poner de manifiesto su tradicional apoyo al sector agrario.

Entre la amplia oferta que Unicaja destina a los agricultores, también se ponen a su disposición seguros agrarios, con los que proteger y garantizar la producción y las instalaciones de las explotaciones.

Para conocer el detalle de esta campaña, los agricultores pueden ponerse en contacto con las oficinas de Unicaja, donde obtendrán orientación personalizada y ayuda por parte de los gestores de la entidad. ■

en Breve

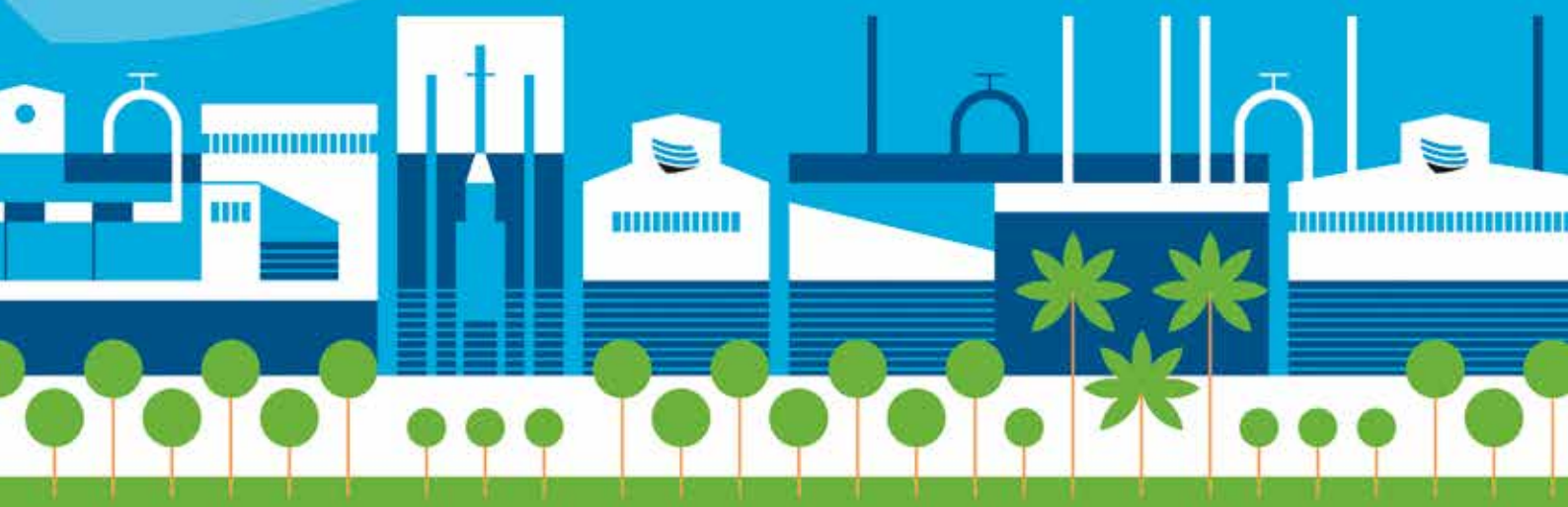
[] CaixaBank ha sido el primer banco que lanza un servicio de videointerpretación en lengua de signos en sus oficinas. El servicio SVi-sual, que está dirigido al colectivo de personas con discapacidad auditiva y es totalmente gratuito, se ha puesto en marcha en 120 sucursales de la entidad de todas las comunidades y está previsto que pueda ofrecerse en toda la red de CaixaBank durante el primer trimestre de 2025. Los clientes que quieran utilizar este servicio pueden solicitarlo mediante un email a su gestor o a través de la app CaixaBank-Now. El servicio garantiza que las citas se desarrollen con fluidez, lo que mejora la transparencia, fomenta la autonomía de este colectivo y evita posibles errores por malas interpretaciones.

[] Caja Rural del Sur, en colaboración con la Fundación Sebastián Almagro Pegasus Aero Group, beca a jóvenes para formarse en el sector aeronáutico de helicópteros. Estas ayudas están destinadas a facilitar el acceso al curso Integrado de Piloto de Transporte de Líneas Aéreas con Habilitación Instrumental de Helicóptero, una formación que brinda amplias oportunidades laborales y tiene un impacto significativo en la economía andaluza. Esta acción, prevista en el Plan Estratégico de la Fundación Caja Rural del Sur, pretende contribuir a reducir la falta de profesionales que tiene el sector, en concreto la industria de helicópteros de emergencia alerto recientemente que en el corto medio plazo se necesitan más de 300 pilotos para poder atender el relevo generacional, y hoy día los jóvenes que acceden a este tipo de formación son menos de 25 al año, por lo que esta muy lejos de poder atender las necesidades reales.



ATLANTIC COPPER

Una compañía del grupo Freeport-McMoRan



PROPORCIONAMOS METALES PARA LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD Y EL PROGRESO



ANDALUCÍA NECESITA MENOS PARA CRECER MÁS.

Menos tiempos de respuesta, menos cargas administrativas, menos trámites, menos procesos internos... Andalucía necesita menos para crecer más. Por eso, el Plan Andalucía Simplifica de la Junta de Andalucía también mejora el funcionamiento interno de la administración pública, para que sea más ágil y digital. Al servicio de todos.

Descubre todas las medidas en andaluciasimplifica.com



Junta de Andalucía