

Andalucía

ECONOMICA

Nº 382 • 3€



ESPACIO
PUBLICITARIO



LINARES 4.0

Entrevista: Auxiliadora del Olmo, alcaldesa de Linares • Entrevista: Francisco Reyes, presidente de la Diputación de Jaén • Industria • Minería • Agricultura • Energía • Turismo • Opiniones: Cámara de Comercio de Linares; Garántia; Ayuntamiento de Linares; Confederación de Empresarios de Jaén; Universidad de Jaén • INFORME Moda Andalucía: Innovación y sostenibilidad • Piel • Moda flamenca • Nupcial • Plan CRECE • Opiniones: Corporación Tecnológica de Andalucía; Escuela Sevilla de Moda ESSDM • Los rostros de la moda • Foro Andalucía-Madrid: José María Raya, CEO de Keyter Intarcon • Inversión: Polémica sobre la duración de la jornada laboral y la productividad

Hables
como hables,
hablamos
el mismo
idioma

el idioma **tú**



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
 Pilar 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.78 Transformación digital Pag.79
 Universidad y empresa Pag.80 Noticias Pag.82 Economía, Parqué y Mercados
 Pag.84 Fiscalidad Pag.88 Firmas Pag.89 Finanzas Pag.90



EN PORTADA: Linares

La industria 4.0, potente motor que acelera la economía de Linares **8**
 Entrevista: Auxiliadora del Olmo Alcaldesa de Linares **12**
 Linares quiere volver a ser un centro clave para la actividad industrial y económica **14**
 Entrevista: Francisco Reyes Presidente de la Diputación de Jaén **18**
 Opinión: José Manuel Alba. Secretario general de Economía de la Junta de Andalucía **20**
 Minería: luz al final del túnel **22**
 El olivo, principal cultivo del término municipal linarense y en crecimiento **24**
 Opinión: José María Villén. Presidente de la Cámara de Comercio de Linares **26**
 Linares se alinea con la economía verde con varios proyectos energéticos renovables **28**
 Opinión: Felipe Sánchez Delegado de Garantía en Jaén **30**
 La ciudad cuenta con una ingente oferta turística muy vinculada a su historia industrial **32**
 Opinión: Raúl Caro-Accino. Concejal-delegado de Industria, Empresa, Empleo, Universidad, Contratación, Autónomos y Emprendedores del Ayuntamiento de Linares **34**
 Entrevista: Alicia Carrillo Directora general de Macrosad **36**
 Opinión: Bartolomé González. Presidente de la Confederación de Empresarios de Jaén **38**
 Opinión: Manuel Valverde. Director de la Escuela Politécnica Superior de Linares. Universidad de Jaén **40**
 Empresas representativas **42**



INFORME: Moda andaluza

La industria de la moda tracciona la economía local y exhibe la marca Andalucía a nivel internacional **52**
 Innovación y sostenibilidad, máximas de las empresas de moda andaluza **56**
 Opinión: Antonio Carlos Ruiz. Consultor de Corporación Tecnológica de Andalucía - CTA **59**
 Andalucía lidera el sector de la piel nacional **64**
 La moda flamenca defiende su valor artesanal y exige un estudio oficial para conocer su impacto económico **66**
 Fuente Palmera: el pueblo de las novias **68**
 Opinión: Francisco Valderrama Director general de ESSDM **69**
 Impulso a las capacidades tecnológicas, logísticas y comerciales de la industria **70**
 Empresas representativas **72**



Foro Andalucía-Madrid

José María Raya. CEO de Keyter Intarcon **46**

Empresas

Más de 400 establecimientos hoteleros de Sevilla se suman a la campaña de Hostelería #PorElClima **74**
 La portuguesa Frimarc busca empresas mayoristas en Andalucía que quieran ser su socias **76**

Preparados para lo peor



Ángeles Sánchez



Fátima Ramírez



Ignacio Corral



Juan del Olmo



Flor Carrasco



Antonio García

El regreso de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos trae consigo nuevamente la amenaza de posibles aranceles a Europa y, por ende, a nuestro país. EEUU es el quinto país al que se dirigen las exportaciones andaluzas, alcanzando en 2023 la cifra de 3.227 millones de euros. Cifra que va en aumento porque de enero a noviembre de 2024, se alcanzaron los 2.940 millones de euros, valor algo superior al año anterior. Y hay sectores muy concretos, como el agroalimentario, la agroindustria, que han batido récords con 469 millones. Preparados para lo peor, los empresarios andaluces siguen su camino y el tejido empresarial regional se sigue renovando. Así, **Ángeles Sánchez** ha sido nombrada nueva directora de la Fundación Atlantic Copper, sucediendo a Antonio de la Vega, quien cesa en su cargo como director general de forma voluntaria por jubilación. Durante su mandato, De la Vega ha consolidado a la fundación, que en 2024 cumplió 15 años, como un referente en acción social, educativa y cultural en la provincia de Huelva. Ángeles Sánchez es licenciada en Derecho Internacional Público por la Universidad de Huelva, Máster en Dirección de RRHH, postgrado en Dirección Estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa por la Universidad San Pablo CEU y Título de Experto en Dirección y Liderazgo de Entidades Sin Ánimo de Lucro. En su desempeño profesional, ha trabajado en áreas de Responsabilidad Social, Comunicación Corpora-

tiva y Relaciones Institucionales en LVMH, Grupo BLC Consultoría y Acciona. Se unió a la fundación en 2020 como jefa de proyectos. JTI Iberia ha nombrado a la cordobesa **Fátima Ramírez** nueva directora de IT (Information Technology) de la compañía para los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar. Nacida en La Rambla y licenciada en Ciencias Matemáticas, Estadística e Investigación Operativa por la Universidad de Sevilla, ha desarrollado gran parte de su carrera dentro de JTI, donde está a punto de cumplir 18 años. Desde su incorporación a la sede de Madrid en 2007, ha desempeñado diversos roles clave en la compañía. Inició su carrera como Data Manager para la aplicación global de la Fuerza Comercial de JTI, para posteriormente asumir el cargo de Process Expert Manager en esta área. En 2017, pasó a formar parte del departamento Global de IT de Servicios Tecnológicos de Negocio para Marketing, Ventas y Análisis Estratégico, y fue nombrada Business Expert Manager en 2020. Desde entonces ha asumido puestos de creciente responsabilidad dentro de dicho departamento. En su nuevo cargo como directora de IT de JTI Iberia, liderará esta función desde el hub o Centro Global de Tecnologías de la Información, ubicado en Madrid, que ofrece soporte a más de 40.000 empleados en todo el mundo. Por su parte, Osborne ha anunciado el nombramiento de **Ignacio Corral** como nuevo director general de la

compañía. Corral cuenta con una experiencia profesional de 30 años, desarrollada tanto en el ámbito nacional como internacional. Inició su trayectoria como consultor en Accenture, y posteriormente ocupó diversas posiciones directivas en la multinacional Diageo, desempeñando funciones clave en Madrid, México DF, Londres y Miami. Durante los últimos siete años, ha sido CEO de Grupo Consorcio, una reconocida empresa familiar de conservas. Corral ha sido seleccionado tras un riguroso proceso de selección entre múltiples candidatos, destacando por su amplia experiencia internacional, su profundo conocimiento de las industrias de spirits y alimentación, su capacidad de liderazgo y su firme orientación hacia la consecución de objetivos. En el corto plazo, su gestión se centrará en la consolidación de la organización, en la ejecución del recién aprobado Plan Estratégico 2025-2027 y en la transformación de la compañía en el largo plazo. Ignacio liderará el Comité de Dirección del Grupo Osborne, reportando directamente a Fernando Terry Osborne, consejero delegado, y al Consejo de Administración. Por otro lado, **Juan Demetrio del Olmo** será el nuevo presidente de la Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas de Huelva (Aiqbe) ante la próxima jubilación de José Luis Menéndez, que ha ocupado el cargo durante los últimos tres años. La Asamblea General de Aiqbe, ha elegido por unanimidad a Juan del Olmo, actual director de la planta de regasificación de Enagás Transporte en Pa-



Miguel Llorca



Francisco Montes



Antonio María Fernández



Julio Cuesta

los de la Frontera y miembro de la Junta Directiva de la asociación. Con una trayectoria profesional que abarca más de tres décadas en el sector industrial, Del Olmo aporta una amplia experiencia y conocimiento del tejido empresarial de Huelva. Ingeniero técnico de Minas en la especialidad de Combustibles y Explosivos por la Universidad de Huelva, ha complementado su formación con másteres en Salud y Condiciones de Trabajo, Mantenimiento Industrial y Seguridad Contra Incendios, además de estudios superiores en gestión de mantenimiento y prevención de riesgos laborales. Desde 2003, ocupa el cargo de director de la planta de regasificación de Enagás Transporte en Palos de la Frontera, a la que se incorporó en 1987. En los últimos años, ha ocupado diversos puestos en la Junta Directiva de Aiqbe, incluyendo la Vicepresidencia Primera y Segunda. El Consejo Andaluz de Colegios de Abogados ha celebrado en su sede de Antequera la primera sesión del año de la Comisión Permanente en la que ha tenido lugar la toma de posesión de la nueva decana del Colegio de la Abogacía de Málaga, **Flor Carrasco**, como consejera nata de la corporación, una vez fue investida al frente del colegio malagueño el pasado 11 de diciembre. La máxima representante de la abogacía malagueña, que ya pertenecía al Cadeca como vocal del pleno, es la primera mujer elegida decana de un colegio de abogados en Andalucía y, por tanto, se

convierte en integrante de la Comisión Permanente, reservada a los decanos de los once colegios andaluces. Flor Carrasco desarrolla su labor profesional desde 1996 como abogada especializada en Derecho Civil y Penal. Es profesora asociada de Derecho Civil en la Universidad de Málaga. Ha formado parte de diversas comisiones y de tres Juntas de Gobierno del Colegio de la Abogacía de Málaga hasta su elección como decana en noviembre de 2024. Ha sido distinguida con la Medalla de Honor del Colegio de Abogados de Málaga y la Cruz al Mérito Policial con distintivo blanco. Por otro lado, el delegado territorial de Economía, Hacienda, Fondos Europeos y de Industria, Energía y Minas en Málaga de la Junta de Andalucía, **Antonio García**, ha sido nombrado presidente de BIC Euronova, el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Málaga, con sede en el Parque Tecnológico de Andalucía Málaga TechPark. García ha destacado la labor de BIC Euronova como incubadora de empresas innovadoras pionera en Málaga y que "ha consolidado desde su creación más de 540 empresas en el sector de la innovación, generando alrededor de 6.000 puestos de trabajo en tecnologías". Axazure, compañía de soluciones tecnológicas y miembro destacado del Inner Circle de Microsoft, ha anunciado la incorporación de **Miguel Llorca** como su nuevo Chief Information Officer (CIO). Llorca, natural de El Puerto de Santa María (Cá-

diz), estará al frente del lanzamiento de una nueva línea de negocio enfocada en Microsoft Dynamics 365 Business Central, ampliando así el portafolio de Business Applications de Microsoft que Axazure pone a disposición de sus clientes. Llorca cuenta con los prestigiosos reconocimientos de Microsoft Regional Director y Microsoft Most Valuable Professional en Business Central y Microsoft 365, además de formar parte del Consejo de Tecnología de Forbes y del Consejo Asesor del CIO Executive Council de IDC en España. Estudió Ingeniería Técnica Industrial, Electrónica Industrial en la Universidad de Cádiz.

Francisco Montes se incorpora a Garrigues como socio responsable del área de Administrativo y Constitucional de Andalucía y Canarias. A lo largo de su dilatada carrera profesional, desarrollada tanto en el ámbito público como privado, ha adquirido un profundo conocimiento del Derecho Administrativo y es experto, entre otras materias, en contratación pública, competencia y unidad de mercado, sanciones, medio ambiente y energía, costas, ciclo integral del agua, régimen patrimonial, empleo público, expropiación forzosa, urbanismo y ordenación territorial, subvenciones o responsabilidad patrimonial y contable. Licenciado en Derecho por la Universidad de Sevilla, Montes es funcionario de carrera del Cuerpo de Letrados de la Junta de Andalucía, en el que ingresó en 2005. En 2009, se incorporó en comisión de

servicios al Tribunal Supremo como letrado del gabinete técnico de la Sala Tercera de lo Contencioso-Administrativo. Entre 2010 y 2014, tuvo encomendada la Jefatura de la Asesoría Jurídica de la Consejería, con competencias en materia de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía y de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y del Servicio Andaluz de Empleo. Tras un breve paso por el sector privado, en 2022, desempeñó el cargo de director de Servicios Jurídicos de la Agencia Tributaria de la Diputación de Huelva y, desde 2023, el de director general de Turismo de la Junta. Profesor del Máster de Abogacía de la Universidad Loyola Andalucía y del Instituto de Estudios Cajasol, es miembro del Consejo de Asuntos Jurídicos y Económicos del Arzobispado de Sevilla y patrono de la Fundación Francisco de Paula de Protección de Menores. Además, es autor de numerosas publicaciones en revistas científicas y obras colectivas especializadas. Por último, destacamos que la Cámara de Comercio de Sevilla ha distinguido con su Medalla de Oro, a quien fuera secretario general de la Cámara, **Antonio María Fernández** y a **Julio Cuesta** en reconocimiento a su trayectoria profesional y su compromiso con la corporación comercial y con el desarrollo empresarial. Ambos son dos personas muy vinculadas y comprometidas durante años con la Cámara de Comercio sevillana. ■

Incentivos y Bonificaciones

Una ciudad competitiva, sostenible y emprendedora, con un marco legal favorable para las empresas, sustentado en la puesta en marcha de un servicio de captación de fondos, incentivos fiscales y ayudas para garantizar la implantación y la sostenibilidad del proyecto.

Experiencia y Talento

Linares es reconocida por su experiencia industrial y su talento, que inspiran el espíritu empresarial y la innovación. Existe un fuerte compromiso público y privado para transformar la ciudad en un centro europeo de negocios, gracias a la creciente presencia universitaria, que le asegura un presente y un futuro prometedor.

Emprende en Linares

Un impulso para el desarrollo empresarial

Linares se consolida como un punto de referencia para el emprendimiento gracias a iniciativas que facilitan el crecimiento de nuevas ideas y negocios. Emprende en Linares ofrece un ecosistema integral que acompaña a emprendedores y pymes en su camino hacia el éxito.

Acompañamiento Empresarial

Emprende en Linares proporciona servicios gratuitos de apoyo integral a inversores potenciales para la implantación de nuevos proyectos, facilitando la iniciativa empresarial en la ciudad. Ofrece un acompañamiento personalizado que incluye ayudas para resolver trámites administrativos, visitas comerciales y contactos sectoriales.

Espacios Industriales

Espacios industriales y empresariales que cuentan con instalaciones e infraestructuras de primer nivel. Las empresas que eligen Linares tienen acceso inmediato a avanzados servicios tecnológicos y científicos, que les permiten desarrollar productos y servicios innovadores, fortaleciendo su posición competitiva en el mercado.

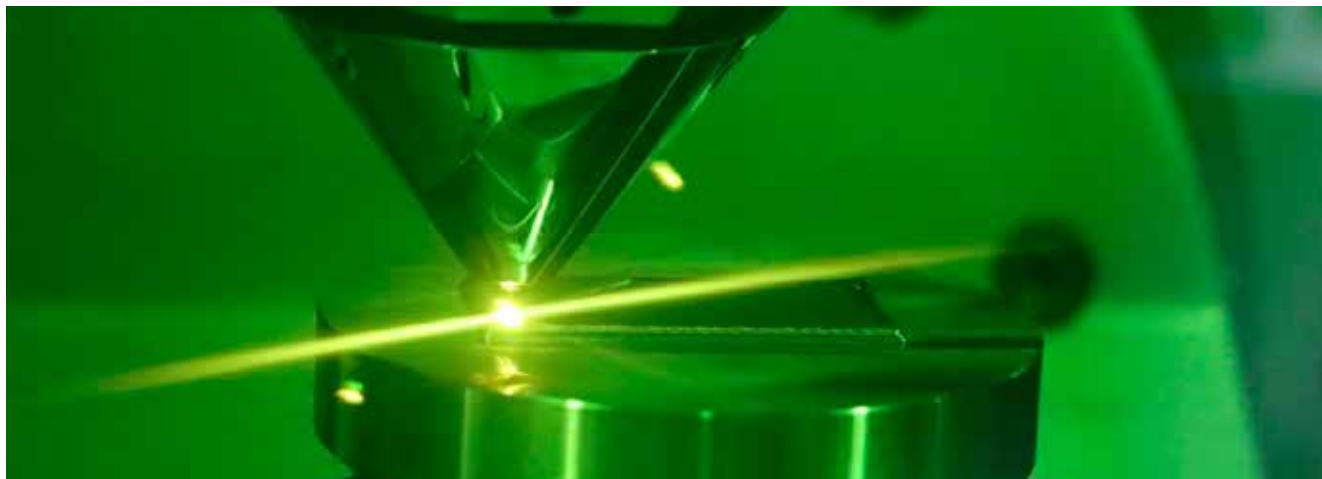
En portada



COLABORAN:



La industria 4.0, potente motor que acelera la economía de Linares



Melito.

ANDALUCÍA está dando pasos firmes y constantes para fortalecer su tejido industrial y fomentar su convergencia con la media nacional en este sector. Y uno de los exponentes en esta evolución hacia una mayor industrialización es sin duda Linares, que aporta en su expediente un glorioso pasado minero, el caso de éxito –y sonado fracaso posterior– de Santana Motor y un prometedor futuro como adalid de la industria 4.0.

El nombre de Linares está sonando con fuerza en los últimos años, vinculado a nuevos proyectos e inversiones empresariales que están impulsando, por fin, la reindustrialización del municipio. Han sido muchos los hitos industriales que han curtido la piel de este municipio jiennense, pero en la memoria colectiva reciente permanece imborrable lo ocurrido con la empresa automovilística Santana.

La ciudad está de moda para la inversión empresarial. La apuesta decidida de las administraciones para impulsar su reindustrialización y hacerla atractiva y competitiva ha creado un clima de confianza que está atrayendo a grandes actores internacionales con alto componente tecnológico

Patricia Balbontín

Desde los años 60 y durante más de cinco décadas fue motor incombustible de Linares y llegó a contar con 5.000 trabajadores. Pero cuando en 2011 gripó la maquinaria, el cierre de la factoría fue un duro mazo para esta localidad, que sufrió el abandono de importantes empresas, como El Corte Inglés o Inditex, la fuga de talento y llegó a alcanzar la mayor tasa de paro de España, del 30%.

En los diez años posteriores, la Junta de Andalucía de Manuel Chaves intentó sin éxito reflotar el sector con su Plan Linares Futuro y 600 millones de euros de inversión. No fue posible. Pero ahora sí hay altas probabilidades de que se produzca el resurgir industrial de este municipio. Todas las esperanzas están puestas en el Plan Reacción Linares, lanzado en 2021 por el Gobierno de

Juanma Moreno con el objetivo de facilitar la implantación de nuevas empresas y actuar de revulsivo para atraer inversiones del exterior.

Un discurso pragmático que está poniendo en práctica con hechos e inversiones que superan los 15 millones de euros. El proyecto de intervención del Parque Empresarial Santana proyecta obras que deben abrir nuevas oportunidades empresariales y facilitar el asentamiento de empresas tecnológicas e industriales.

La estrategia está dando resultado e importantes multinacionales tecnológicas, de la industria automovilística, de componentes de renovables y del sector Defensa están muy interesadas en implantarse en este enclave industrial.

Multinacionales tecnológicas, de la industria automovilística, de componentes de renovables y del sector Defensa están muy interesadas en implantarse en el Parque Empresarial Santana



La firma china Desay SV fue la primera en anunciar, el pasado mes de julio, su intención de abrir en Linares una fábrica de sistemas de visualización e interacción inteligente para coches, que generará en torno a los 300 empleos. Un mes después, durante el viaje institucional a China de Juanma Moreno, se sellaron negociaciones con Coronet o Hengrui Corporation (HRC), ambas vinculadas a la tecnología de la industria del automóvil. Las más que probables futuras inquilinas del Parque Empresarial Santana compartirán espacio con otras importantes compañías como Santana Motors, JPG, Meltio, Aemsa, Evolutio, Grupo TMT y el Centro Metalmecánico y del Transporte (Cetemet).

También el Ayuntamiento de Linares está decidido a dinamizar el Parque Empresarial Santana, con la adecuación de parcelas industriales para facilitar la implantación de nuevos proyectos y la instalación del Centro de Empresas. Este recinto alberga actualmente 16 firmas que emplean a 388 trabajadores.

Otra inversión a la vista corresponde a la Fábrica de Municiones de Granada (FMG), que prevé crear en Linares un centenar de empleos tras comprar las instalaciones del antiguo polvorín de Vadollano.

Por otra parte, la aportación de la Administración central para la recuperación de Linares ha sido la apertura de uno de los centros de competencias digitales de Renfe, diseñados para formar perfiles profesionales que impulsen la eficiencia tecnológica de las empresas y al mismo tiempo incentiven la economía

PARO REGISTRADO

DICIEMBRE 2024

GRUPO DE EDAD	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	Paro	%	Paro	%	Paro	%
Menor de 20	47	2,77%	59	1,82%	106	2,15%
De 20 a 24	125	7,37%	158	4,88%	283	5,74%
De 25 a 29	146	8,61%	231	7,14%	377	7,65%
De 30 a 34	151	8,90%	290	8,96%	441	8,94%
De 35 a 39	145	8,55%	325	10,05%	470	9,53%
De 40 a 44	175	10,32%	350	10,82%	525	10,65%
De 45 a 49	165	9,73%	426	13,17%	591	11,99%
De 50 a 54	191	11,26%	451	13,94%	642	13,02%
De 55 a 59	283	16,69%	490	15,15%	773	15,68%
60 o más	268	15,80%	455	14,06%	723	14,66%
Total	1.696	100,00%	3.235	100,00%	4.931	100,00%

SECTOR	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	Paro	%	Paro	%	Paro	%
Agricultura y pesca	273	16,10%	218	6,74%	491	9,96%
Construcción	177	10,44%	71	2,19%	248	5,03%
Industria	143	8,43%	115	3,55%	258	5,23%
Servicios	907	53,48%	2.327	71,93%	3.234	65,59%
Sin empleo anterior	196	11,56%	504	15,58%	700	14,20%
Total	1.696	100,00%	3.235	100,00%	4.931	100,00%

Mercado laboral

SEGÚN el Observatorio Argos de la Junta de Andalucía, en diciembre de 2024 se realizaron 1.538 contrataciones, el 70,5% a hombres y el 29,5% a mujeres. El 60,27% de los contratos se realizó en el sector agrario, fundamentalmente a hombres (74%) y el 35,89% en el sector servicios, casi todos a mujeres (71%). La mitad de la contratación se ha realizado en el tramo de edad comprendido entre los 25 y 44 años, con 787 contratos, más de 45 años con 403 y para los menores de 25 años con 348 contratos.

En la otra cara de la moneda, el Observatorio Argos indica que, en diciembre, Linares contaba con un paro registrado de 4.931 personas, de las que el 34,4% son hombres y el 65,6% son mujeres. Por sectores, el paro se concentra en el sector servicios (65,6%), seguido muy de lejos por la agricultura (9,96%), industria (5,23%) y construcción (5,03%). ■

CONTRATACIÓN

DICIEMBRE 2024

SECTOR	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	Contratos	%	Contratos	%	Contratos	%
Agricultura y pesca	803	74,08%	124	27,31%	927	60,27%
Construcción	20	1,85%	2	0,44%	22	1,43%
Industria	31	2,86%	6	1,32%	37	2,41%
Servicios	230	21,22%	322	70,93%	552	35,89%
Total	1.084	100,00%	454	100,00%	1.538	100,00%

Fuente: Informe Estadístico del Municipio (Argos Observatorio).

El Ayuntamiento ha impulsado nuevos proyectos vinculados a la economía digital, como el centro de formación en competencias digitales

de las zonas rurales.

En el centro de Linares trabajan 200 personas que diseñan y desarrollan los servicios tecnológicos más avanzados para la atención al cliente en el ámbito comercial, aplicando tecnologías de robotics, inteligencia artificial, sistemas de reconocimiento de voz y texto, agentes virtuales, machine learning, etc. También se prestan servicios de gestión de contactos entre Renfe y sus clientes para los procesos de venta, postventa, información y reclamaciones para particulares y empresas.

Lo cierto es que Linares se está posicionando como un espacio atractivo y competitivo que ofrece un marco legal favorable para las empresas, una localización estratégica y un encla-

ve industrial de relevancia en el Parque Empresarial Santana.

La ciudad de las minas

A la vista está que Linares comienza a recuperar el aliento, gracias a la intervención pública, pero sobre todo gracias al tesón de los linarenses, que no han dejado de luchar por recuperar y mantener el legado industrial de su ciudad. Porque no olvidemos que, antes de Santana, Linares era conocida como la ciudad de las minas por ser uno de los principales centros de producción minera de España, con centros de producción de plomo y plata. Aún se conservan lugares como la mina de la Cruz o el complejo minero de La

Carolina, que han sido declarados Bien de Interés Cultural.

Esta actividad fue tan importante que Linares llegó a competir con Jaén por la capitalidad de la provincia y se convirtió en una de las primeras ciudades de España en contar con seis estaciones de ferrocarril. De hecho, este 2025 conmemora que, hace 150 años, el rey Alfonso XII le concedió el título de Ciudad por ser potencia económica y capital industrial de la provincia de Jaén.

Ha llovido mucho desde aquella época dorada del siglo XIX, pero Linares sigue siendo uno de los municipios con más peso industrial de Andalucía y más comprometidos con su desarrollo.

Estructura productiva

Linares tiene una extensión de 196,7 Km² y es la segunda ciudad más poblada de la provincia de Jaén, con 55.130 habitantes registrados el pasado mes de diciembre, según el Observatorio Argos de la Junta de Andalucía.

Su ubicación estratégica la convierte en un punto de conexión entre diversas rutas comerciales, lo que ha favorecido su desarrollo económico a lo largo de los años y sigue siendo un factor atractivo para la inversión y el desarrollo de proyectos.

Desde la caída de Santana Motor, esta ciudad acoge fundamentalmente pequeñas empresas, y esta débil estructura condiciona su crecimiento y las opciones de competir en un

Ciudades Industriales

LINARES fue el primer municipio andaluz en adherirse a la red de 'Ciudades Industriales' puesta en marcha por la Junta de Andalucía en 2021. El objetivo de esta iniciativa es implicar a las administraciones locales en el desarrollo industrial local y en la atracción de inversiones industriales.

Entre las medidas de apoyo local que plantea la red se encuentran, entre otras, la aplicación de bonificaciones fiscales por el desarrollo de actividades industriales o la agilización de trámites administrativos relacionados con la puesta en marcha, reforma o ampliación de iniciativas industriales. También se promueve el acompañamiento o asesoramiento en la tramitación administrativa de expedientes de competencia local



destinados a los inversores y promotores industriales.

Con esta adhesión, el municipio jiennense es susceptible de participar en las acciones de promoción industrial llevadas a cabo por la Junta de Andalucía. También puede tomar parte en actividades de formación para trabajadores, estudiantes y personas desempleadas que impulse el

Ejecutivo andaluz.

'Ciudades Industriales' es una de las medidas destacadas del Plan de Acción CRECE Industria 2021-2022, que articula la política de la Junta en la materia y tiene como finalidad diferenciar a Andalucía como una región industrial y fomentar su convergencia con la media nacional en este sector. ■

mercado globalizado.

No obstante, también encontramos algunas grandes corporaciones de gran fuerza innovadora como Martín López Carburantes (MLC), Linares Biodiesel Technology, Alucoat Conversion, Gestamp, Siconova (Meltio), CAF Digital & Design Solution y Sonae Arauco.

Actualmente, la estructura empresarial de Linares tiende hacia un modelo polarizado, y hoy el mayor número de empresas se encuentra en el sector servicios: 2.697 de un total de 3.388, lo que supone el 79,6% del total, como refleja Argos. Es un peso muy superior al que tiene el sector en la provincia de Jaén (51,98%), debido en gran parte al aumento de la población, pero similar al que tiene en el conjunto de Andalucía (71,68%), como se aprecia en el apoyo gráfico.

En el desarrollo de este sector ha tenido mucho que ver el crecimiento constante de la población y la demanda creciente de nuevos servicios, pero también el auge del turismo, aliciente para la eclosión de negocios relacionados con el comercio y la hostelería.

Linares no es tradicionalmente una ciudad turística, pero ha comenzado a explotar su patrimonio cultural y minero para atraer visitantes. Lugares como el yacimiento arqueológico de Cástulo, la minería antigua, y las tradiciones locales, como las relacionadas con el flamenco, forman parte de la estrategia para revitalizar el turismo.

Uno de los grandes embajadores del municipio es el cantante Raphael, que ha llevado el nombre de su

ACTIVIDAD ECONÓMICA / ESTABLECIMIENTOS

DICIEMBRE 2024

SECTOR	Municipio	% en Municipio	Provincia	% de Provincia	Andalucía	% de Andalucía
Agricultura y pesca	290	8,56%	22.510	35,79%	108.175	14,83%
Construcción	241	7,11%	3.991	6,34%	63.869	8,76%
Industria	160	4,72%	3.703	5,89%	34.528	4,73%
Servicios	2.697	79,60%	32.696	51,98%	522.891	71,68%
Total	3.388	100,00%	62.900	100,00%	729.463	100,00%

Fuente: Informe Estadístico del Municipio (Argos Observatorio).

ciudad natal a los escenarios internacionales. Precisamente, uno de los reclamos turísticos del municipio es la escultura del cantante de vidrio reciclado instalada en la Plaza del Ayuntamiento, así como el Museo de Raphael que ofrece un recorrido de la vida y obra del artista. También forman parte del circuito turístico de la ciudad la Plaza de Toros y el

procesos innovadores, sostenibles y competitivos.

Economía digital

Y otras actividades importantes en el municipio son las vinculadas al sector del aluminio –con más de un siglo de presencia en Linares–, la fabricación sostenible de tableros de madera, biocombustible, ingeniería y consultoría

desarrollando para apoyar a cualquier empresa o emprendedor interesado en abrir su negocio en Linares.

En este proceso de regeneración económica, resulta clave papel de la Universidad de Jaén, a través del Campus Científico-Tecnológico de Linares. Aquí se imparte formación en áreas como la ingeniería, con la intención de que esta formación técnica de alto nivel facilite la creación de empleo y la atracción de empresas tecnológicas.

En definitiva, Linares sigue enfrentando retos importantes, como la falta de infraestructuras adecuadas, el envejecimiento de la población y la falta de oportunidades para los jóvenes. Sin embargo, es una ciudad competitiva, emprendedora e innovadora, con una economía en transformación.

Tiene todas las condiciones para ser una tierra de oportunidades, con recursos y fortalezas que favorecen la inversión, con importantes proyectos en marcha y en cartera relacionados con la transición energética y la digitalización. Con estos mimbres, Linares se muestra como un lugar atractivo para los negocios y un ejemplo de desarrollo económico en la provincia de Jaén. ■



Hospital de los Marqueses de Linares, escenarios de la mortal cogida del torero Manolete en 1947 y su posterior fallecimiento.

La agricultura es asimismo relevante en la economía de Linares. Como en toda la provincia, la producción de aceite de oliva es una de las actividades agrícolas más destacadas y existen 10.850 hectáreas de olivar además de importantes almazaras y cooperativas que promueven

multidisciplinar en mantenimientos de infraestructuras y vagones, fabricación de estructuras metálicas y empresas de transformación digital.

Precisamente, el Ayuntamiento ha impulsado nuevos proyectos vinculados a la economía digital, como el centro de formación en competencias digitales centrado en el desarrollo de 'software' para coches eléctricos. Es una de las iniciativas que está

“Necesitamos la mejora de las conexiones ferroviarias, fundamentales para potenciar nuestro tejido industrial y logístico”

AUXILIADORA DEL OLMO

Alcaldesa de Linares

El Ayuntamiento de Linares, con su alcaldesa al frente, está enfocado en la atracción de empresas e inversiones para la ciudad, con el foco puesto en la reactivación del Parque Empresarial Santana. Para fortalecer el atractivo del municipio como un lugar de oportunidades, se están acometiendo mejoras en infraestructuras urbanas. Además, se están diseñando y ejecutando programas formativos adaptados a las demandas del mercado laboral para el fomento del empleo.

Patricia Balbontín

— **¿Cómo avanza la recuperación de Linares? ¿Cuáles son los desafíos más importantes desde el punto de vista económico y social?**

— La recuperación de Linares avanza con iniciativas para diversificar la economía, fortalecer el comercio local y atraer inversiones. Los principales desafíos son mejorar nuestras infraestructuras, avanzar con la implantación de empresas y fomentar oportunidades para nuestros jóvenes.

— **El próximo 17 de junio cumplirá dos años de mandato como alcaldesa. ¿Cuáles han sido los hitos de su Gobierno en este periodo?**

— El principal hito ha sido la atracción de empresas y de nuevas inversiones, sin olvidar las mejoras



en nuestras calles, el apoyo a las familias, a las empresas, a las pymes y el impulso al turismo, al comercio y a la cultura, priorizando la recuperación económica y el bienestar social de todos los linarenses.

— **¿Qué actuaciones está llevando a cabo el Ayuntamiento para dinamizar la actividad económica en Linares y combatir el fenómeno de la despoblación?**

— Desde el Ayuntamiento estamos impulsando proyectos clave para nuestra economía, como la reactivación del Parque Empresarial Santana, las ayudas a emprendedores y a la contratación o los programas de atracción del talento. Estas iniciativas están favoreciendo la creación de empleo y atrayendo inversiones, lo que ha contribuido al aumento de la población en nuestra ciudad. Éstas son solo un ejemplo de las medidas que tomamos para garantizar un futuro próspero y combatir la despoblación.

— **¿Cuál es la situación actual del Parque Empresarial Santana?**

— El Parque avanza de forma adecuada, con un incansable trabajo y esfuerzo para atraer nuevas empresas e inversiones, aprovechando su infraestructura y el apoyo de la Junta de Andalucía. Nuestro desafío es su plena reactivación y el poder generar trabajo y empleo en nuestra ciudad.

— **Linares está en el punto de mira de algunos inversores internacionales relacionados con el sector de la automoción. ¿Qué puede decirnos de los proyectos que van a recalar en este municipio?**

— Ya hemos dado a conocer el nombre de empresas que son una realidad para la ciudad, como Desay SV o Compin-Fainsa, al igual que seguimos manteniendo conversaciones muy avanzadas con otras del sector del automoción o de defensa, hablamos de Coronet, Escribano y algunas más. Es importante seguir apostando y trabajando para contribuir a atraer proyectos que

generen empleo y fortalezcan nuestro tejido industrial.

— **¿Y qué queda por hacer? ¿Cómo avanza el proyecto de puerto seco y el PGOU municipal?**

— Aún queda trabajo por delante en estos dos años y medio. Esperamos consolidar la atracción de más inversiones. El proyecto de puerto seco no está en el olvido, aunque en estos momentos tenemos alguna prioridad más necesaria y urgente. Está dentro del Plan de Infraestructuras y Movilidad de la Junta de Andalucía, porque es una zona logística de interés. Pero para que un puerto seco funcione deben pasar trenes, y estamos muy preocupados con el desmantelamiento ferroviario del Gobierno de España en nuestra provincia. Además, le pedimos que, de una vez por todas, acometa la conexión con el corredor central.

Referente al PGOM, se está trabajando para impulsar un desarrollo urbano necesario, sostenible y adaptado a las necesidades futuras de Linares. Entre otras cosas, hay que preparar los trámites ambientales, la firma de nuevo convenio que venció hace más de 15 años.

— **¿Cuáles son las principales demandas en materia de infraestructuras?**

— Linares necesita inversiones en infraestructuras que mejoren la calidad de vida de los linarenses. Entre las principales demandas, necesitamos la mejora y modernización de las conexiones de transporte, especialmente las ferroviarias, fundamentales para potenciar nuestro tejido industrial y logístico. No nos pueden dejar aislados. Además, desde el ayuntamiento estamos acometiendo mejoras en infraestructuras urbanas, arreglo integrales de calles, ZBE, etc. para ofrecer mejores servicios a la ciudadanía y fortalecer el atractivo de nuestra ciudad como un lugar de oportunidades.

— **¿Qué me dice de la minería? ¿Qué supondría para Linares el resurgir de esta industria?**

— La minería forma parte de la

identidad histórica de Linares y su resurgir supondría una gran oportunidad para nuestra ciudad. Ya se están realizando trabajos y proyectos que podrían dar buenos resultados. Aún es pronto para adelantar nada, pero lo que tenemos claro es que, por parte del Ayuntamiento, siempre ayudaremos a todas aquellas empresas que contribuirían a recuperar el prestigio de Linares como un referente en el sector minero y aprovechar este potencial de manera beneficiosa para nuestra ciudad.

— **¿Cómo valora el compromiso de la Junta de Andalucía y Gobierno central con el desarrollo económico en este municipio?**

— Desde el Ayuntamiento de Linares, agradecemos cualquier esfuerzo que contribuya al desarrollo de la ciudad y yo lo reivindicó a todas

“El proyecto de puerto seco no está en el olvido, pero para que funcione deben pasar trenes, y estamos muy preocupados con el desmantelamiento ferroviario en nuestra provincia”

las administraciones, pero la realidad es que valoramos positivamente el compromiso de la Junta de Andalucía con Linares porque estamos viendo realidades en inversiones y proyectos que reflejan un verdadero interés por impulsar nuestra industria, el empleo y las infraestructuras necesarias para el crecimiento de nuestra ciudad. Sin embargo, echamos en falta un mayor apoyo por parte del Gobierno central. Linares necesita más inversión y atención para poder aprovechar todo su potencial, y seguimos reclamando que se nos tenga en cuenta en las decisiones que afectan a nuestra tierra por parte del Gobierno central.

— **¿Qué acogida está teniendo el nuevo Centro de Emprendimiento Digital? ¿Cuáles son las expectativas en cuanto a formación?**

— Aún es pronto para hablar de ello, pero no tenemos duda de que es positivo para la ciudad, ya que res-

ponde a la necesidad de formación y apoyo al talento local. Siempre comprobamos el interés por parte de los jóvenes que buscan nuevas oportunidades en un sector en crecimiento.

En cuanto a formación, las expectativas son altas. Queremos que Linares sea referente en la capacitación y formación, ofreciendo programas adaptados a las demandas del mercado laboral para el fomento del empleo.

— **¿Cuál es la situación de la vivienda en el municipio?**

— En Linares, la situación de la vivienda presenta desafíos y oportunidades. Se está construyendo, no hay duda, por ello, Linares está creciendo, y estamos trabajando en un proyecto de vivienda social asequible para ofrecer oportunidades de acceso a la vivienda. Además, es funda-

mental atraer inversión para el desarrollo de nuevas promociones que respondan a las necesidades actuales de nuestra ciudad.

— **Una iniciativa muy aplaudida de su Gobierno es ‘Los martes con tu alcaldesa’. ¿Cuáles son las principales demandas de los ciudadanos de Linares?**

— Gracias por la valoración. La iniciativa ‘Los martes con tu alcaldesa’ ha sido, personalmente para mí, un acierto porque me permite escuchar directamente a los linarenses y entender sus preocupaciones. Hablamos de infraestructuras, de los barrios, de proyectos e iniciativas que me presentan, de la necesidad de empleo o de limpieza. Además, hablamos de actividades culturales y turísticas para atraer a más visitantes. Todos estos encuentros me dan la cercanía de lo que me cuentan y me hacen intentar mejorar la calidad de vida de Linares. ■

Parque Empresarial Santana.



Polígono industrial Los Rubiales.



Linares quiere volver a ser un centro clave para la actividad industrial y económica

No sólo destaca la automoción, la minería o la agroindustria, sino también el sector del aluminio, la fabricación de tableros de madera, biocombustible, ingeniería y consultoría en infraestructuras y vagones, empresas de transformación digital y de fabricación de estructuras metálicas

Isabel G. Suero

LINARES es una ciudad con una rica tradición industrial. Tal y como indican desde el Ayuntamiento linarense, “aunque la ciudad no ha experimentado transformaciones en el sector industrial desde su declive, en 2024, se ha experimentado un cambio en la tendencia, y tras la ejecución de la segunda fase del plan de inversiones proyectado junto al Gobierno andaluz, volverá a resurgir en un centro clave para la actividad industrial y económica.”

Según apuntan desde el consistorio, Linares siempre ha estado a la cabeza industrial en la provincia de Jaén y cada vez más empresas se instalan con proyectos pioneros a nivel mundial. No sólo destaca el sector de la automoción,

minería o agroindustria, referentes de Linares y su comarca, sino que son importantísimos el sector del aluminio desde hace más de un siglo de presencia en Linares, la fabricación sostenible de tableros de madera, biocombustible, ingeniería y consultoría multidisciplinar en mantenimientos de infraestructuras y vagones, el Centro

Metalmecánico y del Transporte (Cetemet), empresas de transformación digital, fabricación de estructuras metálicas y empresas especializadas en fabricación y componentes para el automóvil.

Hay que destacar la llegada de empresas de digitalización y computing como Evolutio y la presencia de Sicnova-Meltio como

vanguardia del sector de implantación de soluciones de impresión en 3D

La mayor parte de empresas utilizan tecnología punta y mano de obra especializada, lo que hacen que aumente el número de trabajadores cualificados en estas áreas, no siendo fácil encontrar esta mano de obra tan especializada, pero gracias al compromi-





En 2021, se empezó a gestar la necesidad de reactivar el Parque Empresarial Santana como enclave estratégico para impulsar la reactivación de la economía linarense y su comarca

so de las empresas y de las diferentes instituciones (Universidad de Jaén, Ayuntamiento de Linares, Cámara de Comercio...) se forma a los trabajadores de forma especializada, generando un ciclo, cualificando a la población, mejorando su competitividad en estas áreas y aumentando las condiciones de estabilidad en el trabajo.

Además de la minería, la automoción ha marcado la historia industrial de Linares. En 1956, se creó la empresa Metalúrgica Santa Ana, dedicada inicialmente a fabricar maquinaria agrícola. En 1958, comenzó la fabricación de modelos Land Rover con licencia. En los 60 y 70 la empresa, ya denominada Santana Motor, vivió un periodo de esplendor: siguió fabricando vehículos

con licencia de Land Rover y fabricó modelos propios desde 1967, como el Santana 2500, muy populares en el agro español, con versiones militares que se exportaron con gran éxito, creciendo las instalaciones y empleando a miles de trabajadores.

La finalización de la licencia en 1983 de Land Rover introdujo un periodo de inestabilidad que se superó en 1985 con la llegada de la multinacional japonesa Suzuki que, en 1991, se convirtió en accionista mayoritario y modernizó las instalaciones para aumentar la producción del modelo Samurái, luego sucedido por el Vitara y el Jimny.

Suzuki quiso cerrar la fábrica en 1994, produciéndose una movilización ciudadana masiva con una

repercusión social en toda la región. En 1995, la Junta se hizo cargo de la empresa con el objetivo de buscar un socio industrial, consiguiendo autorización de Suzuki para seguir fabricando sus modelos bajo licencia. En estos años, se cerraron alianzas con otras empresas y desarrollaron vehículos propios como el Santana Aníbal. Sin embargo, el fin de la línea de automoción estaba anunciado. En febrero de 2011, se disolvió la compañía

Empresarial Santana con la cesión de los activos al Ayuntamiento de Linares. Para la mejora de las infraestructuras se diseñó el Proyecto de Intervención en el Parque Empresarial Santana que cuenta con un presupuesto de 15,4 millones.

Se trata de un programa de regeneración de las instalaciones existentes, con la demolición o desmontaje de elementos de las naves dañados por graves patologías, obsoletos o en desuso. Con estas actuaciones se está revitalizando el parque empresarial, ampliando la oferta de suelo y de construcciones de uso industrial e impulsando actividades con objeto de facilitar la implantación de nuevos proyectos empresariales en la ciudad de Linares. El Proyecto de Intervención actúa sobre 31.982 m².

Actualmente, se ha finalizado una primera fase este proyecto de inversión y se está gestando la segunda fase que conlleva el 80%

Parque Empresarial Santana

El Ayuntamiento de Linares señala que el Parque Empresarial Santana siempre ha sido el 'buque insignia de la industria en Linares, pero tras su declive y cierre definitivo en 2011, entró en el olvido.

En enero de 2021, la Consejería de Economía de la Junta de Andalucía puso en marcha el Plan de Reacción Inmediata para Linares, y apostó por la revitalización del Parque



Las antiguas instalaciones de CAF, son las elegidas por Escribano Mechanical & Engineering para implantarse en Linares.

El Proyecto de Intervención en el Parque Empresarial Santana de la Junta de Andalucía cuenta con una dotación presupuestaria de 15,4 millones

Demolición de antigua nave industrial en el Parque de Santana para construcción de nuevos espacios.



del proyecto. Esta fase lleva aparejada la más grande de las inversiones proyectadas en el parque, la construcción de una nave para la empresa **Desay SV**, que se dedica a la fabricación de componentes electrónicos para vehículos, pantallas y displays para automóviles que abastecerá al mercado europeo. La multinacional ha mostrado su intención de comenzar su andadura en 2026 y alcanzar una producción de 1,5 millones de unidades en 2028, para cuando prevé contar con hasta 300 trabajadores. Además, se contempla la remodelación de otra nave de unos 10.000 m², donde se instalará la mercantil **Compin Fainsa**, que provee a los principales constructores de ferrocarril de Europa.

La mercantil **China Coronet** también tiene prevista su implantación próximamente en otras naves del parque, para la fabricación de vehículos eléctricos y de combustión, con el proyecto **Santana Factory**, en unión a la empresa **Santana Motors**, que ya se encuentra instalada en el mismo. Y se sigue en conversaciones con **HRC**, un proyecto que se encuentra muy avanzado en cuyas negociaciones ha participado tanto el Gobierno local como el autonómico. Además está prevista la creación del edificio de empresas como colofón de estas inversiones.

Estas inversiones esperan ver la luz a partir de 2025, se trata de un arduo trabajo de captación de empresas, desempeñado

durante más de un año por el Gobierno de Andalucía, el Ayuntamiento de Linares y agentes del conocimiento de la ciudad, con el fin de invertir y generar empleo cualificado.

Asimismo, el ayuntamiento lleva desde noviembre en conversaciones con el grupo **Escribano Mechanical & Engineering** para su implantación en la ciudad. El primer teniente de alcalde y concejal-delegado de Industria, Empresa y Empleo del Ayuntamiento de Linares, Raúl Caro-Accino, confirmó contactos consolidados con la compañía para su llegada al Parque Empresarial Santana: “De hecho, el presidente de la empresa ha visitado las antiguas instalaciones de CAF, que son las elegidas para im-

plantarse. A partir de este momento, empezamos con todo el proceso administrativo para llegar a buen fin y lo que vamos a hacer es ponerles las instalaciones a su disposición. Este proyecto creará alrededor de 150 empleos y pretende estar produciendo vehículos militares para el Ministerio de Defensa a primeros de 2026”, señaló. Caro-Accino afirma que “el grupo **Escribano** es la empresa más importante del sector industrial de defensa de España y posee el 14% de **Indra**”.

DAFO sector automoción

En un análisis más profundo del sector, hemos preguntado al Consistorio linarense cuáles son las principales debilidades,



Responsables de **Compin-Fainsa** durante la visita al Parque Empresarial Santana. Encuentro de trabajo con la alcaldesa de Linares, Auxi del Olmo.

amenazas, fortalezas y oportunidades para esta industria en Linares. Desde el ayuntamiento han enumerado las debilidades del sector automovilístico a nivel mundial: caída de márgenes, problemas logísticos, sobrecostes energéticos y falta de mano de obra cualificada, teniendo que realizar nuevas inversiones en electromovilidad e innovación, lo que le supone un riesgo en el funcionamiento de las empresas y el flujo de coches en el mercado.

“Las fortalezas y oportunidades de este sector en Linares son claras, ya que se está invirtiendo en productos de electromovilidad e innovación. Las empresas y las institucio-



La empresa china Coronet visita la ciudad con motivo del proyecto que contempla la construcción y puesta en marcha de una planta de ensamblaje de vehículos

nes públicas en Linares están formando y van a formar a los trabajadores en este sector, cualificándolos con la última tecnología existente para fabricar sus productos en el Parque Empresarial Santana. La combinación de estos factores hace presagiar que el funcionamiento de esta industria en Li-

nares será todo un referente europeo”, indican desde el consistorio.

“Los nuevos competidores que se instalarán en el Parque Empresarial Santana, junto con las empresas existentes más punteras, se abrirán paso en el mercado. La fabricación de vehículos implica la manufatura de una gran canti-

dad de elementos, desde el ensamblaje, compañías que se dedican al diseño, desarrollo, fabricación y todas ellas se van a nutrir en Linares. Todo ello, junto al elemento humano como factor indispensable, por lo que se dan todos los requisitos para que sea todo un éxito”, vaticinan desde el ayuntamiento. ■



**Andalucía
ECONOMICA**

Ciclo de Encuentros Andalucía Económica

**LÍDERES DE NUEVA
GENERACIÓN**

Diego de Riaño, 3 - Principal Drcha. | 41004 SEVILLA | 954 22 83 06 - 954 21 59 09
andaluciaeconomica@andaluciaeconomica.com | www.andaluciaeconomica.com

“La autopista Algeciras-Zaragoza convertirá al núcleo Linares-Baeza en eje central del transporte de mercancías y pasajeros”



FRANCISCO REYES

Presidente de la Diputación de Jaén

La Administración provincial está haciendo un esfuerzo importante para promover la generación de riqueza y empleo en Linares. Colabora de modo recurrente con instituciones y entidades locales, subvencionando proyectos e infraestructuras. Además, Linares ha sido uno de los municipios más beneficiados por las convocatorias lanzadas por la Diputación para la creación de empleo intensivo. No obstante, esta administración reivindica la ejecución de proyectos importantes para la ciudad, como el puerto seco o la terminación del ramal ferroviario Linares-Vadollano.

Patricia Balbontín

— **¿Cómo favorece la Diputación de Jaén el desarrollo económico y social de Linares?**

— Nuestra política de acción se dirige fundamentalmente a los municipios menores de 20.000 habitantes, aunque mantenemos una permanente línea de cooperación con las localidades de mayor población, puesto que ejercen de motor de la actividad económica de las respectivas comarcas en las que están enclavadas, como es el caso de Linares. En este sentido, mantenemos líneas de colaboración con la Cámara de Comercio para la ejecución de proyectos dirigidos a la generación de riqueza y empleo en esta localidad, o la cooperación económica que destinamos a la Asociación de Comerciantes e Industriales de Linares (ACIL) para la dinamización del comercio local. Además, subvencionamos cada año proyectos de investigación promovidos por el Centro Tecnológico Metalmecánico y del Transporte (Cetemet) de Linares.

Asimismo, a nivel de infraestructuras, actualmente estamos financiando las obras que se ejecutan en el Paseo de la Ermita, que suman una inversión superior a los 770.000 euros por parte de Diputación; y hemos sufragado la instalación de toldos en parques infantiles, con otros 326.000 euros. En el marco del Plan Especial de Empleo impulsado por la Administración provincial para generar jornales en los municipios, Linares ha recibido 360.000 euros.

En cuanto a la cooperación en la prestación de servicios públicos, la Diputación aporta más de 700.000 euros para el Servicio Provincial de Extinción de Incendios y Salvamento que se lleva a cabo desde el Parque de Bomberos de Linares. Y, por poner otro ejemplo, se han invertido más de 7,5 millones de euros en actuaciones de mejora en el complejo de tratamiento y eliminación de residuos del Guadiel, ubicado en Linares.

También cooperamos económicamente con la entidad local autónoma de Linares-Baeza, que percibe más de 100.000 euros de la Diputación para destinarlos a infraestructuras o servicios; colaboramos con la celebración del Festival de Ajedrez, el festival 23700 de Arte Urbano, así como con entidades como el Linares Deportivo y el Club de Tenis de Mesa de Linares. Atractivos turísticos de esta localidad, como el yacimiento arqueológico de Cástulo o las Fiestas Íbero Romanas, se incluyen permanentemente en las acciones promocionales de la oferta turística jiennense que promueve la Diputación; y somos responsables de la gestión de la Vía Verde del Guadalimar, que parte de la población de Linares-Baeza.

— **La Diputación va a invertir este año 23 millones de euros para mejorar la red provincial de carreteras. ¿Qué actuaciones e inversiones están previstas para mejorar los accesos a Linares?**

— La mejora de la red viaria provincial supone un importante esfuerzo técnico y económico al año por parte de la Diputación de Jaén, no sólo porque es muy extensa —contamos con más de 1.500 kilómetros de carreteras y vías de interés agrario—, sino porque tenemos un presupuesto limitado, por lo que no siempre podemos llegar a todo lo que quisiéramos.

Aún así, este año vamos a hacer un esfuerzo extraordinario y destinaremos 23 millones de euros a esta materia para llevar a cabo actuaciones demandadas por los distintos ayuntamientos. En el caso de Linares, la mayor parte de las carreteras que le afectan son titularidad del Gobierno andaluz y central, pero recientemente hemos actuado con una inversión superior a los 1,2 millones de euros en la vía que une esta ciudad con Torreblascopedro, además de haber mejorado la vía de interés agrario que comunica la población de Linares-Baeza con Lupión.

— **Aunque no es competencia de la Diputación, ¿se contemplan ayudas a empresas para la creación de empleo?**

— Efectivamente, la generación de

empleo no nos compete, pero hemos realizado un esfuerzo extraordinario en esta materia, conscientes de que la creación de puestos de trabajo era la principal prioridad de la ciudadanía. Por ello, hemos impulsado durante muchos años una convocatoria para la creación de empleo intensivo con el fin de facilitar la implantación de empresas de mediano y gran tamaño en nuestro territorio y hemos solicitado de forma reiterada a la Junta de Andalucía un apoyo económico en esta línea, puesto que la Diputación cuenta con recursos muy limitados.

Linares ha sido precisamente uno de los municipios más beneficiados en estas convocatorias, y hemos otorgado más de siete millones de

“Hemos otorgado más de siete millones de euros para la creación de empleo en esta ciudad a través de empresas como Evolutio, Direct Metal o Linares Biodiésel Technology. También hemos colaborado en la implantación de la multinacional HR/Action”

euros para la creación de empleo en esta ciudad a través de empresas como Evolutio, Direct Metal o Linares Biodiésel Technology. También hemos colaborado en la implantación de la multinacional HR/Action.

En este tema, creo que es importante poner en valor la alianza para el fortalecimiento del Corredor Industrial Ruta de la Plata que hemos promovido junto a la Agencia de Ciencia, Competitividad Empresarial e Innovación asturiana y las Cámaras de Comercio de Linares y Oviedo, con el objetivo de generar sinergias y desarrollar el potencial que tiene la industria de la defensa de la provincia, ligado también al Cetedex con la consiguiente creación de puestos de trabajo. Del mis-

mo modo, es reseñable el anuncio de la implantación de la empresa Escribano, que se instalará en el Parque Empresarial de Santana.

— **¿Qué valoración hace del Plan Reacción Linares?**

— La Junta de Andalucía ha anunciado inversiones en esta ciudad a través del Plan Reacción de las que actualmente no se ha materializado ninguna. Hasta el momento, este plan sólo ha supuesto la demolición de naves, pero no la implantación real de empresas, que es lo que Linares necesita, por lo que la generación de empleo a través de este plan ha sido nula. Es una muestra más de planes anunciados a bombo y platillo que se quedan en nada.

— **Además de esta iniciativa, ¿qué otras actuaciones sugiere para impulsar la recuperación económica de Linares?**

— Llevamos mucho tiempo reivindicando desde las filas socialistas la ejecución por parte del Gobierno andaluz de proyectos vitales para la recuperación económica de esta ciudad, para que vuelva a ser uno de los principales polos industriales de la provincia. Me refiero a actuaciones tan importantes como la terminación del ramal ferroviario Linares-Vadollano y la construcción de la playa de vías con el Parque Santana, en las que no han invertido nada, o el puerto seco de Linares, que se encuentra totalmente paralizado y al que tampoco se ha dado prioridad por parte de la Junta, frente a otros que sí se han puesto ya en marcha.

— **¿Cómo va a afectar la autopista ferroviaria Algeciras-Zaragoza al desarrollo de la provincia jiennense y, en concreto, al núcleo ferroviario de Linares-Baeza?**

— La ejecución de esta autopista es muy positiva para la provincia, especialmente para el núcleo ferroviario de Linares-Baeza. Con ella se da respuesta a una demanda histórica de volver a convertir este núcleo en eje central del transporte de mercancías y pasajeros, lo que contribuirá a la revitalización de esta zona. ■

Made in Linares, un modelo de éxito

José Manuel Alba

Secretario general de Economía de la Junta de Andalucía



CUANDO en enero de 2021 Juanma Moreno, presidente de la Junta de Andalucía, anunció el Plan de Reacción Inmediata para Linares, estaba poniendo en marcha un modelo de reactivación de la industria en Andalucía cuyo éxito se vehicula a través de la colaboración entre administraciones.

El modelo Linares nació como respuesta a la demanda de un territorio que fue el epicentro de la industria automovilística en Andalucía, que contaba con una excelente mano de obra, con espacios que durante años albergaron la fabricación de distintos modelos de Suzuki y Santana y que ahora languidecían ante el desinterés de los gobiernos socialistas de la Administración autonómica.

Ante esto, el actual Go-

bierno andaluz ha diseñado un planteamiento en el que se apuesta por la capacidad de la administración local para recuperar esos espacios y promocionarlos para usos industriales siempre con el respaldo administrativo y económico de la Junta de Andalucía. Se trataba de pasar del subsidio a la inversión, del abandono a la reactivación.

En menos de un año todo estaba en marcha. La Junta inició todos los mecanismos para que en menos de un año el Ayuntamiento pudiera empezar su Proyecto de Intervención del Parque Empresarial Santana con una transferencia de 6,38 millones de euros.

El Gobierno autonómico ha respondido desde el primer momento, pero no ha sido un camino fácil. Con la toma de posesión de la nueva corporación municipi-

pal elegida en 2023, el proyecto se retomó con el interés necesario y hoy en día no sólo se han salvado las inversiones para Linares, sino que se han incrementado hasta los 15,4 millones de euros.

Linares es un ejemplo de otra forma de gobernar, de la manera de hacer política que ahora impera en Andalucía, en la que se prioriza el bienestar y el futuro de los ciudadanos; una manera de gobernar cuyos buenos resultados no han tardado en aparecer. En el viaje del presidente Moreno a China el verano pasado dos importantes empresas, Coronet y HRC, ambas vinculadas a los aspectos más tecnológicos de la industria del automóvil, mostraron su interés por Linares como futura ubicación.

Un interés que, en el caso de la también china Desay

SV, líder en la fabricación de sistemas de visualización e interacción inteligentes para automóviles ha dado un paso más con la firma de un memorando de entendimiento junto a la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Linares, el que se acordaba trabajar de manera conjunta para que la multinacional china fabrique estos dispositivos en el Parque Empresarial Santana. La multinacional ha mostrado su intención de comenzar su andadura en 2026 y alcanzar una producción de 1,5 millones de unidades en 2028, para cuando prevé contar con hasta 300 trabajadores.

Estamos por tanto ante un modelo, el modelo Linares, que se ha consolidado como un modelo de éxito, una nueva manera de hacer política, la del Gobierno de la Junta de Andalucía, que ha vuelto a poner a este municipio jiennense en el panorama industrial no solo andaluz, sino internacional. Un modelo que vamos a seguir replicando en toda Andalucía, que busca mejorar la productividad y la competitividad de nuestro tejido productivo, impulsando el tamaño medio de nuestras empresas y su internacionalización, como palancas claves para seguir convergiendo con España y con Europa. ■

“Hoy en día no sólo se han salvado las inversiones para Linares, sino que se han incrementado hasta los 15,4 millones de euros”



El presidente andaluz, Juanma Moreno, junto a parte de la delegación andaluza desplazada a China y representantes de la empresa HRC en Suzhou.

Jaén por Industria

jaenporindustria.es



Luz al final del túnel

Después de tres décadas de inactividad, las perforadoras vuelven a sonar en Linares buscando plomo. Las responsables son Kerogen Energy e Inersa y su proyecto 'Nuevo Linares', que ha generado en la ciudad grandes expectativas de crecimiento económico y creación de empleo

Patricia Balbontín

EN los corrillos de Linares hay mucha expectación en torno a un tema recurrente: ¿Volverá a operar la antigua mina de Linares, 30 años después de su cierre? Es una probabilidad cada vez más certera desde que hace dos años volvieron a sonar las perforadoras y pequeñas cantidades de plomo salieron a la luz. De materializarse el proyecto de explotación minera liderado por Kerogen Energy e Inersa, Linares podría recuperar su trono como primer productor nacional de plomo. Una gran oportunidad para crear empleo y nuevas alternativas económicas en la localidad.

Hay unanimidad al respecto, ningún rechazo social, más bien ilusión, porque la minería forma parte del ADN de Linares, y hasta de su escudo. La actividad minera se remonta a la época prerromana, más de 4.000 años atrás, incluso entre 1870 y 1920 el municipio fue líder mundial en producción de plomo, que se usaba para tuberías, pigmentos, obra civil o municiones de armas.

Tal fue el revulsivo de la minería para el desarrollo económico y social de Li-

nares, que en 1875, hace justo ahora 150 años, el rey Alfonso XII concedió a Linares el título de Ciudad.

Durante cinco décadas ésta fue la capital económica e industrial de la provincia de Jaén, y llegó a contar con hasta seis estaciones de ferrocarriles, todo un hito en la época. Pero poco a poco la minería comenzó a perder fuelle, debido al menor uso del plomo y al desplome de su precio en los mercados internacionales. En 1991, cerró la última mina en Linares.

El sector ha permanecido en letargo cerca de 30 años, y todo apunta a que su despertar es inminente. Ya ha ocurrido en la Faja Pirítica Ibérica, que lleva años en ebullición por el exponencial crecimiento



de la demanda internacional –y del precio– de los metales, impulsado por el boom de las nuevas tecnologías y las energías renovables. La tonelada de plomo ronda actualmente los 2.000 euros en el mercado internacional.

El plomo es esencial para ambos sectores: tanto en las tecnologías de almacenamiento energético, porque el 85% se utiliza en baterías; como en las baterías de los nuevos coches eléctricos. Y cobrará mayor protagonismo con el almacenamiento eléctrico a

gran escala como respaldo a la intermitencia de las energías renovables.

Un espaldarazo para el sector ha sido la reciente aprobación de la European Critical Raw Materials Act – Reglamento (UE) 2024/1252 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, que establece un marco para garantizar el suministro seguro y sostenible de materias primas fundamentales. También se modifican diferentes reglamentos europeos que establecen, entre otros re-



Tradición milenaria

LOS registros históricos indican que las minas de plomo de Linares habrían estado en actividad casi ininterrumpida desde la época prerromana. Las primeras muestras de esta actividad se remontan a la Edad del Cobre, pero el apogeo en la extracción del plomo a partir de galena y, en menor medida, de la plata y el cobre, se alcanza a mediados del siglo XIX, con la introducción del maquinismo y el capital extranjero.

Lideraban el sector compañías como la británica The Linares Lead Mining Co., que explotó la mina de Pozo Ancho; o Spanish Lead Mining Co., que explotó las minas La Gitana y La Tortilla, uno de los principales complejos minero-metalúrgicos de Linares.

A finales del siglo XIX, el distrito minero de Linares-La Carolina era el primer productor mundial de plomo. Este metal llegó incluso a cotizarse en la Bolsa de Londres y se abrieron delegaciones diplomáticas de Reino Unido,

quisitos, que de aquí a 2030, al menos el 10% del consumo anual de materias primas estratégicas de la UE deben producirse por minería autóctona.

Además, el plomo se considera una materia prima prioritaria en España por el Real Decreto 647/2002, de 5 de julio.

De manera que la actividad minera vuelve a ser de lo más rentable y ha recuperado su enorme atractiva para los inversores internacionales. El antiguo distrito Linares-La Carolina es el foco más importan-

tes de plomo en España, a lo que suma un interesante contenido en plata.

Proyecto 'Nuevo Linares'

Las minas de Linares echaron el cerrojo hace tres décadas con la convicción de que en su interior seguían custodiando toneladas de mineral, se cree que hasta 11 millones, con un contenido en plomo metal en torno a las 500.000 toneladas.

Es lo que trata de confirmar el proyecto 'Nuevo Linares' impulsado por las empresas Kerogen Energy e Inersa. En 2019, la Junta de Andalucía les concedió un permiso de investigación sobre una superficie de 168 cuadrículas mineras, es decir, alrededor de 5.040 hectáreas, en los términos municipales de Guarrmán, Bailén y Linares.

Los trabajos realizados hasta ahora han consistido en perforaciones, estudios de geofísica, geoquímica y sondeos. Desde el Ayunta-



Francia, Alemania y Bélgica, ya que casi toda la producción de plomo se exportaba.

Durante este próspero periodo, Linares multiplicó su población y experimentó una impresionante transformación urbana. La situación se mantuvo cincuenta años, aproximadamente, hasta que en 1991 cerró la mina El Cobre de Minas de La Cruz, S.A., la última en producción. ■

miento de Linares indican que los promotores de este proyecto han presentado la solicitud de autorización de una rampa de investigación para acceder a las galerías de las minas del Filón El Cobre y filones adyacentes.

“Se está investigando a fin de identificar y valorar los nuevos recursos. Se trabaja para que este resurgimiento suponga la reanudación de una larga tradición minera, actualizada a la más avanzada tecnología del momento y la sostenibilidad,” explican fuentes municipales.

Por su parte, Inersa nos confirma que “se han identificado 1,7 millones de toneladas de recursos (filón, galena+estéril) que contienen 120.000 toneladas de plomo metal y 30 toneladas de plata metal. Esto en la llamada Zona 1 (antiguas minas de Adaro y La Cruz, filones El Cobre y asociados). En el resto del permiso tenemos unos 8,9 millones de toneladas de

recursos hipotéticos o *exploration target* que contienen 709.000 toneladas de plomo metal”

Cuando la fase de investigación confirme suficientes recursos y se termine el estudio de viabilidad que demuestre que se puede extraer y concentrar y que es económicamente viable, los promotores de 'Nuevo Linares' solicitarán la concesión de explotación –incluye la Autorización Ambiental Unificada– y otros permisos adicionales para proceder a la extracción de mineral. A continuación, se producirá un pre-concentrado de galena que se enviaría a fundidores o refinadores.

La reactivación de la minería en Linares supondría un empuje económico y de cohesión social para Linares, y también saldría beneficiada la Universidad de Jaén, ya que podría aumentar el interés por los estudios de grado y máster vinculados a la ingeniería de minas. ■



El olivo, principal cultivo del término municipal linarense y en crecimiento

El Consistorio de la ciudad está trabajando para ampliar la superficie de cultivo. Otros organismos realizan esfuerzos para dotar al sector de innovación y mayor emprendimiento

Isabel G. Suero

Al igual que en la mayor parte de la provincia de Jaén, el olivo constituye el principal cultivo de Linares, ya sea destinado a la comercialización de la aceituna o bien del aceite de oliva.

Según explica José Luis Roldán, concejal de Agricultura y Desarrollo Rural del Ayuntamiento de Linares, en el término municipal linarense hay unas 10.850 hectáreas destinadas al cultivo del olivar, 7.850 son de regadío y 3.000 de secano. Cada hectárea de secano produce unos 3.000 kg de aceituna y cada hectárea de regadío produce en torno a 6.000 kg de aceituna.

En los últimos meses, el ayuntamiento linarense viene trabajando junto a los agricultores para incrementar la capacidad productiva de las fincas de Linares incorporando agua para que sus olivares sean más modernos, más innovadores y más productivos. “El hecho de que Linares aumente la superficie del olivar de regadío en 1.000 hectáreas es una medida beneficiosa para este sector en la ciudad”, explica José Luis Roldán en referencia a la publicación en el BOJA de la Resolución de 10 de septiembre de 2024, de la Delegación Te-



rritorial de Sostenibilidad, Medio Ambiente y Economía Azul de la Junta de Andalucía en Jaén, sobre la autorización ambiental unificada (AAU) a la Comunidad de Regantes Las Rozas para el Proyecto de Riego C.R. Las Rozas, ubicado en el término municipal Linares. Esta autorización es un paso más gracias a la coordinación del ayuntamiento con los regantes y la complicidad de la Junta.

“Esta autorización es un paso adelante para conseguir, después de mucho esfuerzo y trabajo junto a los agricultores, que 1.000 hectáreas de secano pasen a ser de regadío. Con esto, según los agricultores, se podrá duplicar la producción en Linares y repercutirá en positivo en cuanto a puestos de trabajo y beneficio económico en el ámbito de la agricultura”,

ha indicado Roldán.

Además, el 30 de julio se recogió en el BOJA la AAU a la Comunidad de Regantes Linares para el Proyecto de reutilización de aguas depuradas para riego. Todo este trabajo conjunto está impulsando que Linares sea capaz de producir más aceite de oliva, lo que supone una diversificación del tejido productivo y un impulso al sector agrícola de Linares para hacerlo más competitivo.

Emprendimiento agrícola

Por otro lado, el pasado mes de octubre, el presidente de la Fundación JAV (Jaén Agritech Ventures), Francisco Miralles, y el presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Linares, José María Villén, firmaron un convenio de



Linares tiene unas 10.850 hectáreas destinadas al cultivo del olivar, 7.850 de regadío y 3.000 de secano

colaboración para fomentar la innovación, el emprendimiento y la capacitación empresarial y agrícola.

Este acuerdo estratégico tiene como objetivo central la promoción de la actividad empresarial en el ámbito agrícola, especialmente mediante la aplicación de nuevas tecnologías en el sector del olivar, pieza clave en la economía jiennense. Ambas instituciones comparten el compromiso de potenciar el crecimiento económico y el empleo, así como de apoyar el emprendimiento mediante soluciones innovadoras que permitan mejorar la competitividad del sector.

El convenio establece un marco de cooperación que permitirá el intercambio de servicios y propuestas de valor entre ambas organizaciones, con el foco en



la innovación agrícola que permita crear nuevas empresas y empleo en el sector. Para conseguirlo, se plantean la realización de programas de formación especializados en nuevas tecnologías y el intercambio de recursos materiales para su consecución.

Este compromiso pretende impulsar la modernización del sector para hacerlo más competitivo y sostenible a largo plazo. Así como servir de motor para el desarrollo económico local y la lucha contra el reto demográfico.

Empresas agrícolas

Destacamos, a continuación, algunas de las principales empresas agrícolas que operan en Linares:

- **Eduardo Gutiérrez Soluciones Agrícolas:** la empresa empezó su andadura en el negocio de los cereales y las legumbres en el año 1969. Ofrece a sus clientes todo lo necesario para la agricultura: semillas, cereales, fertilizantes y fitosanitarios.

- **Cooperativa San Agustín:** Se dedica a la elaboración y venta del Aceite de Oliva Virgen Extra Virgen

de Linares. La almazara cuenta con una capacidad total de molturación de 1.150.000 kg de aceite y 250 agricultores asociados.

- **Explotaciones Agrarias Aguilar González - Almazara Andrés Aguilar:** es una empresa familiar con más de 40 años de experiencia en el cuidado del olivar en distintos puntos de Jaén. La almazara tiene vocación internacional. Su marca de AOVE Escribano está presente en países como Estados Unidos, Alemania o Italia

- **Aceites Samaria:** Es una empresa de Linares fundada en el año 1900. Se dedican a crear Aceite de Oliva Virgen Extra con la tradición y experiencia de más de un siglo.

- **Olipuesto:** Se trata de una almazara jiennense 100% creada desde el agricultor y para el agricultor, concebida con un objetivo claro: ofrecer el máximo precio adaptándose siempre a las necesidades del cliente. Por eso se posicionan como líderes de compra de aceituna en la provincia de Jaén, lo que les permite expandirse en las provincias de Albacete y Granada. ■

Oleoturismo



Hacienda Santamaría 1888.

ADEMÁS de producir AOVE, algunas empresas del sector del aceite de oliva de Linares también ofrecen experiencias oleoturísticas, una línea en crecimiento que además de diversificar la actividad, puede suponer un interesante fuente de ingresos.

- **Finca San José:** es un grupo de agricultores que han unido sus cultivos ecológicos y su compromiso con el medio ambiente para llevar su producción directamente del campo a la mesa. De sus fincas obtienen distintas variedades, en distintos formatos, manteniendo siempre la máxima calidad. Sus fincas pueden ser visitadas para conocer su forma de cultivar el olivar. El AOVE de la Finca San José de Linares variedad picual se obtiene de su olivar que está integrado en el proyecto Life Olivares Vivos.

Finca San José representa un modelo de olivicultura innovador y respetuoso con el medio ambiente. Producen aceite de oliva virgen extra de máxima calidad, a la vez que contribuyen a conservar la biodiversidad.

- **Santa María 1885:** es un Aceite de Oliva Virgen Extra procedente de olivares ecológicos ubicados en el corazón de la provincia de Jaén. Proviene de la finca que da nombre a la hacienda, donde se elabora uno de los mejores AOVE del mundo de una forma ecológica y sostenible. Su misión principal es la calidad. Santa María 1885 elabora AOVE de las variedades picual y arbequina ecológicos. También producen aceites en estado de envero y maduros y elaboran Caviar AOVE Olive.

Pero además, la empresa es referente en oleoturismo. Ofrece un paquete de con un alto valor añadido de la promoción en el mundo del olivar y el aceite de oliva. Una experiencia única que combina la belleza del campo, la historia y la comodidad, ofreciendo a sus huéspedes una estancia en un entorno natural y culturalmente enriquecedor, en contacto con la naturaleza, además de catas de AOVE. ■

Emprendimiento y crecimiento empresarial

José María Villén

Presidente de la Cámara de Comercio de Linares



LA Cámara juega un papel clave en el tejido empresarial, promoviendo iniciativas ambiciosas diseñadas para fortalecer el sector empresarial con una apuesta firme por el emprendimiento y el desarrollo de nuevas áreas estratégicas para garantizar un futuro económico sólido y prometedor.

El papel de la Cámara ha evolucionado a lo largo de los años, pero en nuestro ADN siempre ha estado presente la misión de apoyar a las pequeñas y medianas empresas en su adaptación a los desafíos del mercado actual. Paralelamente, nos impulsa el compromiso de generar, retener y atraer talento, lo que revierte en la creación de empleo con un alto nivel de cualificación.

Nuestros programas de emprendimiento han tenido un impacto significativo en el último año, impulsando la creación de 45 nuevas empresas y brindando asesoramiento a más de 280 personas en el desarrollo de futuras ideas de negocio. Además, un total de 502 personas han participado en formaciones para fortalecer sus competencias y capacidades.

El apoyo a las empresas también se ha extendido al

ámbito digital, la Oficina Acelera Pyme para la provincia de Jaén ha asesorado a 272 pymes en su proceso de digitalización y cerca de 300 empresas han recibido capacitación en nuevas tecnologías.

Con un compromiso sólido con la ciberseguridad, pusimos en marcha el primer laboratorio especializado de Andalucía. La Cámara es la única entidad de Andalucía oriental con un convenio con el Instituto Nacional de Ciberseguridad de España, con una inversión de 2 millones de

euros para captación, formación, incubación y aceleración en ciberseguridad, brindando acceso a inversores y recursos tecnológicos. Además, organizamos el Hackathon de Ciberseguridad, celebrado el pasado año y nuevamente éste.

A esto se suma La Mina Startups, un espacio que integra la Oficina de Transformación Digital, un showroom tecnológico y un coworking para em-

prendedores y pymes, fomentando innovación y alianzas estratégicas y la generación de la plataforma de consulta de operaciones comerciales internacionales D-Exim que facilita el acceso a información clave sobre exportación e importación en más de 25 países.

Los programas de innovación han supuesto una aportación para las empresas de 250.000 euros mediante la implantación de herramientas que incorporan la innovación a su actividad empresarial para

mejorar la productividad y competitividad. Y se gestionaron ayudas que permiten a decenas de pequeñas y medianas empresas modernizar sus infraestructuras para su crecimiento.

Con estas iniciativas, la corporación consolida un ecosistema empresarial vibrante, capaz de enfrentar los desafíos económicos y sociales. Ahora redoblamos esfuerzos para un año clave en nuestra labor de apoyo al emprendi-

miento y la implantación de nuevas empresas.

2025 promete ser un año de grandes oportunidades para Linares. Estamos demostrando que somos capaces de reinventarnos una y otra vez, poniendo todo nuestro esfuerzo y trabajo para retomar la senda del crecimiento. Este camino refleja la dedicación, el esfuerzo y la resiliencia de nuestra ciudad. Ahora, la innovación y la tecnología se han convertido en los pilares fundamentales de este nuevo impulso que nos mueve.

“Nuestros programas de emprendimiento han tenido un impacto significativo en el último año, impulsando la creación de 45 nuevas empresas y brindando asesoramiento a más de 280 personas en el desarrollo de futuras ideas de negocio”

La Cámara de Linares ha demostrado su papel como motor de desarrollo económico local, brindando apoyo continuo a emprendedores y empresas, con una visión de futuro basada en la innovación y la colaboración que está recogiendo los frutos de muchos años ‘dando el callo’. Esperamos que todo este trabajo tenga un impacto positivo en el desarrollo económico y social de Linares. ■

O G A R A

BY MACROSAD



Cuidados a domicilio

Cuidamos personas, **construimos** relaciones,
transformamos el hogar.

macrosad.com



Linares se alinea con la economía verde con varios proyectos energéticos renovables

La ciudad jiennense está avanzando hacia la sostenibilidad energética mediante la implementación de proyectos de energías renovables, la mejora de la eficiencia energética y la diversificación de su infraestructura energética

Isabel G. Suero

EN materia de energía, el Ayuntamiento de Linares se ha propuesto mejorar y expandir la infraestructura energética para garantizar un suministro estable y seguro, impulsando la modernización de las redes de distribución de energía.

La ciudad jiennense está avanzando hacia la sostenibilidad energética mediante la implementación de proyectos de energías renovables, la mejora de la eficiencia energética y la diversificación de su infraestructura energética.

Así, se están implementando diferentes proyectos que harán que el futuro de en la ciudad esté enfocado a una economía más verde y respetuosa con el medio ambiente. “La inversión en infraestructuras energéticas tiene prioridad en los planes de esta corporación, con los diferentes proyectos de ejecución que se están llevando a cabo en la ciudad desde que entramos en 2023, un ejemplo de ello es que a partir de 2025, Linares va a ser una ciudad más sostenible y descarbonizada, ya que se está implantando la zona de bajas emisiones”, explican. El objetivo es dotar a la ciudad

de soluciones que permitan reducir los niveles de contaminación ambiental y acústica, promover una movilidad sostenible y minimizar la saturación de tráfico, mejorando su planificación. Además, a primeros de año, se habrá cambiado toda la flota de autobuses de la ciudad. El Ayuntamiento ha apostado porque su flota sea 100% eléctrica y, por tanto, sostenible y ecológica.

Tal y como explican, existen industrias en la zona que se dedican al secado de alperujo y a la extracción de aceite de orujo, lo que supone un escarapate de aprovechamiento energético de la biomasa agrícola y forestal y de aplicación de cogeneración de alta eficiencia.

Actualmente, trabajan con una nueva tecnología con la que se obtiene, además, energía 100% limpia, cumpliendo todas las directivas europeas sobre gestión de residuos, así como a la transformación de



los subproductos oleaginosos y de grasa animal en biodiésel de segunda generación para distribuirlo desde Linares, convirtiéndose la ciudad en potencia de combustible verde con un futuro prometedor a nivel nacional.

Biodiésel

En Linares se encuentra uno de los mayores productores de biodiésel del país, Linares biodiésel Technology. “Con una producción de más de 500.000 toneladas al año y un movimiento que espera alcanzar los 1.000

vagones en 2027, este proyecto es buque insignia no solo en la provincia Jaén, sino en toda Andalucía. Un proyecto con un potencial de crecimiento enorme que espera para final de 2027 aumentar considerablemente su plantilla y alcanzar una facturación cercana a los 240 millones de euros”, afirman.

Según indican desde el consistorio linaresense, “este proyecto se beneficiará enormemente del la autopista ferroviaria Algeciras-Zaragoza, pero en este momento tiene una serie amenaza, si ADIF no refor-

Con una producción de más de 500.000 toneladas al año, Linares biodiésel Technology es buque insignia no sólo en la provincia Jaén, sino en toda Andalucía

La planta de biometano de Biomargas tiene previsto iniciar su construcción a finales de 2025 y comenzar operaciones a principios de 2028



ma el actual proyecto a su paso por el nodo ferroviario Linares-Baeza, ya que pretende cortar el transporte de mercancías, así como el de pasajeros durante casi un año. El maltrato a los pasajeros de la provincia de Jaén dura bastante años, pero lo que ahora se plantea, perjudica enormemente los planes de desarrollo y crecimiento de una empresa que da trabajo a más de 100 familias y con un enorme aporte al PIB de la provincia de Jaén, además de todo el transporte de graneles. Esperemos que ADIF recapacite, porque el perjuicio para el desarrollo económico de Linares y la provincia puede ser enorme”, alertan.

La demanda energética a nivel local ha aumentado de manera exponencial y entra dentro de los estándares normalizados de au-

mento de esta demanda a nivel mundial.

“La demanda energética del sector industrial va a ser uno de los puntos claves de este año, ya que se van a instalar en el Parque Empresarial Santana empresas potentes, que van a demandar suficiente energía para sus proyectos industriales, por lo que este Ayuntamiento en alineación con la Junta de Andalucía, están desarrollando un sistema eficiente dentro del parque. Pero hay que recordar que no solo Linares, sino la provincia entera, han quedado fuera de las autopistas energéticas y eso es un *handicap* a la hora de atraer grandes proyectos”, denuncian.

Linares, en línea con las tendencias nacionales e internacionales, está avanzando hacia un modelo más sostenible, con la integración de energías limpias, la mejora de la infraestructura energética y el fomento de la movilidad eléctrica. ■

Biometano

DESTACAMOS el proyecto de la planta de biometano de Biomargas, un símbolo de progreso y sostenibilidad, donde los residuos se convierten en recursos valiosos para impulsar la transición hacia una economía circular y baja en carbono. El proyecto propuesto por Biomargas es una planta innovadora que busca no solo generar energía, sino también revitalizar la identidad industrial y energética de Linares, destacando su importancia como centro de producción de cogeneración y biocombustibles.

La planta, que tiene previsto iniciar su construcción a finales de 2025 y comenzar operaciones a principios de 2028, tiene como objetivo principal la gestión eficiente de residuos provenientes de almazaras y explotaciones agropecuarias. Esta gestión integral de residuos permitirá no solo reducir el impacto ambiental, sino también aprovechar estos recursos para la generación de energía.

Se estima que la planta de Biomargas tendrá una capacidad de más de 100 GWh al año, lo que la convierte en un importante proveedor de energía para la región y permitirá la total descarbonización de los hogares y negocios de la región. Además, se espera que el proyecto genere empleos de calidad.

Uno de los aspectos más destacados del proyecto es su visión de futuro. Se planea que la planta se hibride con hidrógeno para el año 2030, lo que la posicionará como un referente en tecnologías energéticas sostenibles y avanzadas.

Además, al abordar la gestión de residuos de las almazaras y las explotaciones agropecuarias, la planta contribuirá significativamente a la mitigación de problemas ambientales en la región. La gestión adecuada de estos residuos no solo reducirá la contaminación y los impactos ambientales negativos, sino que también abrirá nuevas oportunidades para la economía circular y la valorización de recursos locales.

En última instancia, el proyecto representa una oportunidad única para reafirmar la posición de Linares como un polo industrial líder en términos de tradición, innovación y sostenibilidad. ■



Garántia, cerca de Jaén y Linares para su impulso económico y empresarial

Felipe Sánchez / Delegado de Garántia en Jaén

GARÁNTIA, como sociedad de avales, a lo largo de su trayectoria en Andalucía ha mantenido un firme compromiso con el tejido productivo de la provincia de Jaén al establecer en esta provincia una oficina y un equipo de asesores que ofrecen respaldo integral a los empresarios jienenses. Esta presencia se traduce en que los empresarios cuenten de cerca con nuestros avales para acceder a financiación en condiciones ventajosas y competitivas, algo fundamental para impulsar el crecimiento de las pymes y los autónomos.

El tejido productivo de Jaén sabe que tiene en Garántia un aliado estratégico para mejorar las condiciones de crédito ofrecidas por los bancos. De este modo, queremos contribuir a reducir barreras y fomentar el emprendimiento, creando oportunidades que permiten a las empresas llevar a cabo sus proyectos e iniciativas para crecer y consolidarse.

Garántia ha demostrado ser un pilar fundamental para el desarrollo económico de la provincia de Jaén, aportando un total de 99,6 millones de euros en avales para 1.447 proyectos. Con una amplia gama de sectores beneficiados, desde el comercio y la construcción hasta la agricultura, la hostelería y las actividades sanitarias, esta

entidad financiera ha respaldado proyectos de diversa envergadura, con avales individuales que oscilan entre los 9.000 y los 750.000 euros, con un impacto directo sobre el mantenimiento del empleo de miles de empleos.

Estos avales, superan los 6,5 millones de euros aportados en Linares, con 74 operaciones de hasta 500.000 euros en pequeñas y medianas empresas, lo que les ha permitido acceder a financiación y así impulsar sus negocios, generando empleo y dinamizando la economía local.

En especial Linares vive un momento clave. Tras una larga tradición industrial, atraviesa un proceso de transformación y búsqueda de nuevos horizontes económicos. El resurgir de los proyectos en actividades mineras y nuevas iniciativas en el sector tecnológico ponen de manifiesto de que esta localidad no ha cesado en su empeño de reactivar su economía para volver a ser un punto neurálgico de la economía andaluza.

En este contexto, nuestro respaldo está al servicio de los empresarios locales

“Los avales de esta SGR en Linares superan los 6,5 millones de euros, con 74 operaciones de hasta 500.000 euros en pequeñas y medianas empresas”



como soporte financiero que les facilita la obtención de avales y la mejora de las condiciones crediticias, contribuyendo así a la consolidación y expansión de sus proyectos.

Además, desde la sociedad de garantía recíproca promovemos el acercamiento entre los distintos agentes locales, desde instituciones como la Confederación de Empresarios de Jaén y la Cámara de Comercio, hasta otras empresas con intereses en la zona. Estamos abiertos a participar en todo aquello que contribuya a compartir experiencias, identificar oportunidades de negocio y explorar fuentes de financiación alternativas, lo que favorece la diversificación de la actividad económica.

La llegada de nuevas compañías a Linares, incluidas grandes superficies, centros de distribución y empresas de automoción, muestra el potencial de la ciudad para atraer inversiones. Asimismo, se han dado pasos significativos en el ámbito de la innovación y las energías renovables, un entorno y ecosistema propicio para crecer, gracias a la investigación científica y el capital humano disponible. Del mismo modo, el posible renacimiento de las explotaciones mineras de plomo dentro de la iniciativa ‘Nuevo Linares’ podría revitalizar el sector industrial.

Todos estos sectores tienen a su disposición nuestros productos y servicios. Nuestro apoyo financiero y asesoramiento especializado permiten a los empresarios enfrentarse con mayores garantías a los retos presentes y futuros, facilitando su adaptación a un mercado cada vez más competitivo y dinámico. ■



LINARES

CON LOS CINCO SENTIDOS



AYUNTAMIENTO
de LINARES



CIUDAD DE
LINARES
1875-2025

La ciudad cuenta con una ingente oferta turística muy vinculada a su historia industrial

Patrimonial, artística, industrial, taurina y comercial. Los reclamos turísticos de Linares son numerosos y diferentes, fruto de un importante pasado histórico, muy marcado por su trayectoria minera

Isabel G. Suero

CUANDO se visita turísticamente una ciudad se busca conocer su historia, costumbres y gentes. La oferta turística de Linares está marcada por su historia industrial que se remonta al Yacimiento Arqueológico de Cástulo, situado a 5 kilómetros de la ciudad, explotado desde el III milenio a.C. Hoy, la ciudad íbero-romana de Cástulo ostenta la categoría de Conjunto Arqueológico.

La existencia de Linares se remonta a 1155, cuando Alfonso VII conquista la zona. En 1227, Fernando III se hace con el dominio definitivo del enclave, tras la rendición del monarca almohade Aben-Mahomad. Linares pasó a formar parte del Concejo de Realengo de Baeza. Esta adscripción territorial siempre provocó recelos en los linareses y en el siglo XV comenzaron un enfrentamiento para lograr la independencia, que



Centro de Interpretación del Paisaje Minero.



Fundación Casa-Museo Andrés Segovia.

llegó en 1565 con el reinado de Felipe II.

La ciudad consiguió un gran auge en el siglo XVIII, cuando la Corona obtuvo el control directo de la explotación de las minas. El sector experimentó un gran desarrollo, convirtiéndose Linares en un lugar estratégico para el país. Los cambios económicos, sociales y urbanísticos generados por el desarrollo minero motivaron una gran transformación de la villa, a la que por el rey Alfonso XII le otorgó el título de Ciudad en 1875 –este año, se conmemora el 150 aniversario–.

La economía de Linares alcanzó un destacado desarrollo en la segunda mitad del siglo XIX, gracias a la industria minera y metalúrgica. Sin embargo, en el primer tercio del siglo

XX se inició el proceso de decadencia de las minas, lo que motivó el cierre de numerosos yacimientos.

Toda esta historia ha configurado una ciudad con múltiples encantos. Linares es patrimonial, artística, industrial, taurina y comercial. Es dueña de un notable conjunto monumental y de un acusado carácter taurino y musical. La ciudad histórica de Linares se halla en las inmediaciones de la iglesia de Santa María, el principal monumento local. El auge de la minería en el siglo XX provocó un imparable desarrollo urbano y empuje económico, al que se debe gran parte de sus monumentos y una arquitectura industrial. Muchas calles cuentan con algún edificio relacionado con este movimiento. Un paseo por la

ciudad es como asomarse a un gran escaparate presidido por fachadas del último tercio del siglo XIX.

Estos encantos son bien valorados por sus visitantes. De hecho, en 2023, a ciudad recibió un total de 54.843 de turistas. El perfil del visitante es en su gran mayoría de mediana edad (35-45 años) y turismo senior (mayores de 65 años), cuya clase social es media y mayoritariamente son de nacionalidad española. En cuanto a turistas internacionales, corresponden a nacionalidades hispanohablantes. En cuanto al número de pernoctaciones –y a falta de datos por parte de dos establecimientos hoteleros– superaron las 45.775. Con todo, la capacidad hotelera de la ciudad es de 636 plazas.

Linares cuenta con Oficina de Turismo situada en el Antiguo Pósito de la calle Iglesia, 5. Entre sus variados y numerosos recursos turísticos destacan: el Centro Interpretación Ciudad de Linares; el Museo de Raphael –que reconoce

En 2025, el Ayuntamiento de Linares pretende ampliar el Museo de Raphael y trabajar para poner en valor todo el pasado minero de la ciudad

Antiguo Hospital de los Marqueses.



Museo Raphael.



Real Feria y Fiestas de San Agustín.



la gran trayectoria artística y profesional de este in-signe cantante nacido en Linares-; el Museo del Hospital de los Marqueses de Linares; el Centro de Interpretación del Paisaje Minero; la Plaza de Toros Santa Margarita –mundialmente conocida por la cogida mortal de ‘Manolite’ por el miura ‘Islero’ el 28 de agosto de 1947-; el Museo Arqueológico de Cástulo; el Yacimiento Arqueológico de Cástulo; el Museo Andrés Segovia; el urbanismo relacionado con la minería; y las Fiestas Ibero romanas de Cástulo. Se calcula que estos espacios son frecuentados por unos 100.000 visitantes.

Segmentos turísticos

Por todo ello, la ciudad abarca diferentes segmentos turísticos como son el turismo cultural, con eventos como el Festival Internacional de Música y Artes Escénicas de Linares (Fimae); el turismo industrial, gracias a su gran patrimonio minero; el turismo gastronómico –el aceite de oliva virgen extra está presente en cada uno de los platos típicos linarenses-; el turismo deportivo, con eventos como campeonatos nacionales de ajedrez; y el turismo de congresos.

En relación a este último, Linares no dispone de centro de convenciones, pero sí cuenta con las siguientes infraestructuras para el segmento MICE: la Plaza de Toros; el auditorio de El Pósito; la Sala Exposiciones Temporales del edificio de El Pósito; el Teatro Cervantes; la Capilla del Hospital de los Marqueses; la Casa de la Cultura; la Sala de congresos y exposiciones del Centro de Interpretación del Museo Minero; la Casa de la Juventud; el Campus Científico Tecnológico de Linares; la Cámara de Comercio de Linares; el Par-

que Multiusos del Pinar – para actividades al aire libre; y el parque deportivo ‘La Garza’. Durante 2024, la ciudad de Linares ha acogido 9 congresos.

Por último, cabe mencionar los principales acontecimientos turísticos que se celebran en Linares, empezando por la Navidad; la Semana Santa, declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía en 1998; la Festividad de las Cruces de Mayo; el Festival de Fiestas Escénicas de Linares (Fimae); el Campeonato de Ajedrez de Linares; el Festival Nacional de Tarantas ‘Ciudad de Lina-

res’; las Fiestas Ibero Romanas de Cástulo, un una experiencia de recreación histórica celebrada el tercer fin de semana de mayo; la Feria de Linares, del 27 de agosto al 1 de septiembre; y la Feria de Minerales, que también tiene lugar en verano.

En cuanto a las previsiones para este año, desde el Consistorio linarense pretenden ampliar el Museo de Raphael; poner en valor todo el pasado minero de la ciudad; y desarrollar proyectos que consigan engrandecer aún más las Fiestas Ibero Romanas de Cástulo. ■

Novedades Fitur 2025

LINARES ha presentado en Fitur 2025 la oferta turística ‘Linares con los cinco sentidos’, una acción promocional de la ciudad para difundir sus principales atractivos (la cultura, el patrimonio histórico, arqueológico y minero, la gastronomía y el tapeo, las Fiestas Ibero Romanas de Cástulo o la singularidad de su Semana Santa, la tauromaquia, el arte urbano, flamenco o el deporte).

Linares ha presentado en Fitur el festival de música indie ‘Vive Linares 2025’, programado para el 9 y 10 de mayo en el recinto ferial del Parque del Pinar; y la III edición del Festival Jaén suena a Ópera el 24 de mayo en el Teatro Cervantes que acogerá la representación de la obra ‘Madama Butterfly’ de la mano de Hesperian Symphony Orchestra, dirigida por el linarense Antonio Ariza.

Asimismo, la ciudad acogerá la celebración de los Campeonatos de Andalucía de Balonmano de la temporada 2024-2025 de las categorías Infantil Femenino y Alevín Femenino, que se disputarán del 24 al 27 de abril y del 7 al 11 de mayo, respectivamente. ■



En marcha el Plan de Actuación Integrado y la Agenda Urbana Linares

Raúl Caro-Accino / Concejal-delegado de Industria, Empresa, Empleo, Universidad, Contratación, Autónomos y Emprendedores del Ayuntamiento de Linares



EN los últimos dos años, Linares ha sido testigo de un notable impulso en su desarrollo económico y social gracias a un trabajo y tenacidad continuo, lo que ha permitido la implementación de proyectos estratégicos que están transformando nuestra ciudad.

Una transformación que tiene fiel reflejo en el Plan de Actuación Integrado y la Agenda Urbana Linares 2030 que el Ayuntamiento de Linares ha puesto en marcha con una ambiciosa hoja de ruta destinada a transformar la ciudad hacia un futuro más sostenible, innovador e inclusivo.

La Agenda Urbana, que recoge 40 líneas estratégicas para el desarrollo de la ciudad de cara a las próximas décadas, es fruto de un proceso activo que tuvo como base las mesas de participación que se crearon en 2020 donde más de 100 personas estuvieron trabajando en mesas temáticas, garantizando que las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos estuvieran en el centro del proyecto, liderado por instituciones de confianza como, la Escuela Politécnica Superior de la UJA, Cruz Roja, el Conservatorio Profesional de Música y la Cámara de Comercio.

La Agenda no solo es un plan estratégico, sino también un instrumento de gobernanza abierto y flexible

que puede adaptarse a los cambios a lo largo del tiempo. Entre esas grandes estrategias incluidas en la AUR Linares 2030 se encuentra la actualización del PGOU; una nueva ciudad deportiva; la reconversión de suelos y espacios que han quedado dentro de la trama urbana para destinarlo a dotaciones; un gran parque bulevar-nodo cultural, lúdico, deportivo y económico; un plan de actuaciones sobre el Parque de Bomberos y nuevas depen-

dencias de la Policía Local; la puesta en marcha de la estrategia ambiental de Linares; la revisión y actualización de las herramientas instrumentales orientadas a la mejora de la resiliencia urbana y adaptación y mitigación a los efectos del cambio climático; el desarrollo e implantación del Plan de Movilidad Urbana Sostenible; una red de vías ciclistas; la potenciación del bus como infraestructura de transporte colectivo ecológico; el Plan Local de Intervención Integral en Áreas Desfavorecidas; o las estrategias integrales de igualdad o juventud.

El Plan de Actuación In-

tegrado complementa esta visión con proyectos concretos que buscan mejorar la cohesión social y territorial. Entre las actuaciones más relevantes se encuentra la culminación de la obra del arroyo Periquito Melchor; la construcción de una ciudad deportiva; la conexión entre el Paseo de Linarejos y el Ferial a través de la Estación de Madrid; y la construcción de un auditorio sociocultural en el antiguo Silo. Otros proyectos clave son la re-

modelación del mercado de la Paz; la transformación del mercado de Santiago en un centro cívico y sociocultural; la remodelación integral de la Casa de la Cultura; la nueva zona verde en el casco antiguo; y la puesta en valor del antiguo Hospitalillo, como Centro de Día ocupacional para personas con discapacidad.

Estas iniciativas no solo contribuirán a revitalizar espacios urbanos, sino también a promover el desarrollo económico y cultural de la ciudad. El Plan de Actuación Integrado y la AUR Linares 2030 recogen, asimismo, la creación de un carril bici que conecte la

vía verde de la Ermita con la vía verde de la estación de Linares-Baeza, una obra que vertebrará Linares y fomentará la movilidad sostenible.

La rehabilitación del antiguo edificio de sindicatos para destinarlo a viviendas de alquiler social y la construcción de la Ciudad de los Niños son otras de las iniciativas destinadas a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía. Estas acciones refuerzan el compromiso de este ayuntamiento con la inclusión social y el bienestar de los linarenses.

El proceso participativo es pilar fundamental, la implicación activa de todos sigue siendo esencial en la implementación de las estrategias, asegurando que las decisiones se alineen con las necesidades reales de la ciudad.

Con estos proyectos, Linares se posiciona como una ciudad que mira al futuro con determinación, apostando por la sostenibilidad, la innovación y la integración social. Este plan no solo transformará la estructura urbana, sino que también fortalecerá el tejido social y económico, consolidando una ciudad más conectada, equitativa y preparada para afrontar los desafíos de las próximas décadas. Una oportunidad única para poder realizar proyectos transformadores para nuestra ciudad. ■



I+D+i

Ingeniería de producto y proceso
Simulación computacional
Materiales avanzados
Sistemas de digitalización
Vehículo autónomo



Laboratorios

Túnel de frío ATP
Ensayos ferroviarios
Ambientales
Mecánicos y eléctricos
Metalografía
Fabricación aditiva

cetemet

**CENTRO TECNOLÓGICO
METALMECÁNICO Y DEL TRANSPORTE**

www.cetemet.es
Parque Empresarial Santana Av. Primero de Mayo, s/n
23700 Linares, Jaén (España)

Tlf: 953 649 420

Túnel de frío
900 834 225

cetemet

“Linares ha mejorado notablemente la calidad y accesibilidad de los servicios de educación y cuidados a las personas”

ALICIA CARRILLO

Directora general
de Macrosad

La cooperativa jiennense Macrosad acaba de cumplir 30 años como referente de crecimiento sostenible en el sector sociosanitario. Esta efeméride ha venido acompañada del lanzamiento de una nueva propuesta de valor, basada en una reestructuración empresarial y de marcas.



— ¿Cuántos centros tiene Macrosad en Linares y qué actividad desarrollan?

— En la actualidad atendemos a más de 17.000 familias, a través de nuestras marcas especializadas en cuidados a domicilio, salud mental, infancia, mayores, discapacidad y mujer, a través de 91 centros y servicios distribuidos en el ámbito nacional. En Linares, gestionamos tres escuelas de Educación Infantil, ubicadas en la Estación de Almería, Arrayanes y La Paz, con un total de 155 alumnos/as. Y contamos con el servicio de ayuda a domicilio, donde cuidamos a más de 1.580 personas.

— ¿Cómo califica la situación del municipio en cuanto a servicios de educación y cuidados a personas?

— Se han realizado avances notables en los últimos años. Gracias al compromiso y esfuerzo del Ayuntamiento de Linares y otras entidades locales, se han logrado mejoras en la calidad y accesibilidad de estos servicios, lo que ha tenido un impacto positivo en la comunidad.

Sin embargo, aún existen desafíos que requieren una colaboración más estrecha entre las administraciones públicas y el sector privado. En este

marco, continuaremos aportando nuestra experiencia y dedicación para fortalecer estos servicios y ofrecer una atención integral y de calidad.

— ¿Tienen previsto algún nuevo proyecto en Linares a medio plazo?

— Siempre estamos dispuestos a explorar nuevas oportunidades. Nos encantaría que estas oportunidades se materialicen en Linares, y seguir aumentando nuestra cartera de servicios aquí o en cualquier otra ciudad, provincia o comunidad que comparta nuestra visión.

En Macrosad fomentamos la creatividad y nos dedicamos a identificar proyectos que generen un impacto positivo, que logramos mediante la optimización de los servicios, la implementación de nuevas tecnologías o la creación de iniciativas colaborativas, entre otros factores. Desde hace más de 30 años, nuestro compromiso con el bienestar de las personas nos impulsa a seguir innovando y colaborando estrechamente con otros actores clave, siempre con el objetivo de desarrollar proyectos que marquen una verdadera diferencia y que mejoren la vida de las personas.

— Y en general, ¿cuáles son las ex-

pectativas para el año en curso?

— Este 2025 se perfila como un año clave para nuestro grupo, en el que consolidaremos aún más nuestro posicionamiento en los segmentos en los que ya contamos con una sólida presencia. Uno de los pilares fundamentales será la expansión hacia nuevos mercados, en términos geográficos y en áreas de negocio que complementen nuestra oferta actual. Para ello, trabajaremos en la ampliación de nuestra cartera de servicios, adaptándonos a las necesidades emergentes y alineándonos con las tendencias globales de la industria.

— ¿Cuáles son las claves del crecimiento de la compañía?

— Sin duda, la combinación de innovación constante, compromiso con la sostenibilidad y una fuerte orientación al cliente. Nos caracterizamos por ser una organización cercana, lo que nos ha permitido brindar un servicio personalizado y de calidad que marca la diferencia.

Pero lo que realmente nos impulsa es la creatividad y el talento humano. La equidad de género es otro de nuestros pilares, y estamos orgullosos de impulsar el liderazgo femenino a todos los niveles. ■

EMPLEO

Comprometidos con la generación de empleo en Linares.

EMPRENDIMIENTO

Apoyamos tu proyecto. Impulsamos tu empresa.

COMERCIO

Contribuimos a la competitividad del tejido económico de Linares.

INNOVACIÓN

Facilitamos la transición y mejora tecnológica.

INTERNACIONAL

Aportamos soluciones para la proyección exterior.



CIBERLAB
Laboratorio de
Ciberseguridad

Oficina de
Transformación
Digital



Showroom
Tecnológico

Coworking
Digital



Acelera la
transformación
digital de tu PYME



incibe
emprende

Programa de Impulso a la Industria de
la Ciberseguridad Nacional

#INCIBEmprende

Buenas perspectivas en la nueva etapa de Linares

Bartolomé González

Presidente de la Confederación de Empresarios de Jaén - CEJ



LINARES avanza con paso firme en la cimentación de una nueva etapa que devuelva a la ciudad esa posición estratégica de la que ha gozado durante décadas en la industria y el comercio, gracias a su capacidad de reinención y al esfuerzo de sus empresarios por diversificarse y adaptarse a las demandas de un mercado cada vez más tecnológico e innovador.

Las transformaciones significativas en su tejido productivo en las últimas décadas, primero con la extinción de la actividad minera, y después con el cierre de Santana Motor como punto de inflexión, dejaron un importante vacío en el empleo y obligaron a la ciudad a repensar su modelo productivo. Desde entonces, el tejido empresarial ha experimentado un proceso de cambio en el que se han explorado nuevos sectores como la tecnología, la logística y el comercio, logrando ganar posiciones como polo de desarrollo y ecosistema favorable para la inversión. En este proceso, ha sido determinante la creación del Campus Científico-Tecnológico para fomentar la innovación y la formación en sectores estratégicos y promover la incorporación de talento al entorno empresarial.

El Plan de Reacción de Linares representa la apuesta conjunta de la Junta de Andalucía y el ayuntamiento de Linares por revitalizar el tejido industrial y económico de Linares, especialmente enfocado en el Parque Empresarial Santana, y un claro ejemplo de cómo se amplifican las oportunidades cuando existe un compromiso de colaboración activa en relación a un proyecto.

El anuncio de la llegada de importantes empresas de automoción dibuja muy buenas perspectivas al respecto y confiamos en sean muchas más las que se emplacen en la ciudad atraídas por las ventajas que ofrece y por las sinergias que se puedan generar en torno a otro importante proyecto como el Centro

Tecnológico de Desarrollo y Experimentación- Cetedex que actualmente se está construyendo en Jaén.

En la misma línea, el comercio ha sabido combinar la tradición de su casco histórico con la modernización de sus establecimientos y las demandas de un mercado cada vez más global y digital. La apuesta por un modelo de ciudad amable al comercio y el desarrollo de novedosas estrategias de dinamización de ventas impulsado por los propios empresarios del sector han logrado generar un impacto positivo en el comercio de proximidad y también en el turismo.

No obstante, los desafíos persisten. La mejora de infraestructuras de transporte, la consolidación de un ecosistema emprendedor y la reducción de la ta-

sa de desempleo siguen siendo cuestiones clave que habrá que abordar en el futuro más inmediato. Estos retos requieren seguir impulsando una estrategia conjunta por parte de las administraciones y los empresarios que permitan desdoblarse el potencial de sus sectores productivos y generar oportunidades para las nuevas generaciones de linarenses.

Como presidente de los empresarios de la provincia, no me cabe duda de que Linares seguirá trabajando, con sus empresarios al frente, para dar respuesta a los desafíos que se planteen en el camino que ya ha emprendido por posicionar a la ciudad como un espacio líder para la atracción de emprendedores y empresas innovadoras y competitivas. ■

“Las oportunidades se amplifican cuando existe un compromiso de colaboración activa en relación a un proyecto”



S A L T A

SI QUIERES
DAR UN SALTO
EN TU NEGOCIO,
NECESITAS
FINANCIACIÓN.

GARANTÍA

La Escuela Politécnica Superior de Linares: un referente en la formación de ingenieros y motor de desarrollo regional

Manuel Valverde

Director de la Escuela Politécnica Superior de Linares. Universidad de Jaén

El Campus Científico Tecnológico de Linares ha creado un ecosistema de investigación de vanguardia, donde conviven empresas, centros de investigación y universidad. En este entorno, se desarrollan proyectos de investigación de alto nivel en diversas áreas de la ingeniería, que cuentan con financiación nacional e internacional.

El principal exponente de este recinto es la Escuela Politécnica Superior de Linares (EPSL), que se ha consolidado como un referente en la formación de ingenieros en la provincia de Jaén y un actor clave en el desarrollo de la comarca de Linares. Con una trayectoria de más de 125 años, la EPSL ha sabido adaptarse a los desafíos del siglo XXI, ofreciendo una formación de calidad, innovadora y orientada hacia la internacionalización.

La EPSL participa activamente en los proyectos

de investigación que se desarrollan en el campus, lo que permite a sus estudiantes y profesores estar a la vanguardia del conocimiento y generar nuevas soluciones tecnológicas.

Formación de excelencia en ingeniería

La EPSL ofrece una amplia oferta de titulaciones de grado y máster en diversas ramas de la ingeniería (minas, industrial, telecomunicación y obras públicas). Todas las titulaciones cuentan con el sello de calidad EUR-ACE, que garantiza el reconocimiento internacional de los estudios y facilita la movilidad de los egresados. Durante los próximos cursos académicos, se incrementará la oferta formativa con titulaciones de grado y máster en el ámbito de la ingeniería biomédica, digitalización, energía, sistemas de datos y matemáticas.

La formación en la EPSL

se caracteriza por su enfoque práctico y orientado hacia las necesidades del mercado laboral. Los estudiantes tienen la oportunidad de participar en proyectos reales desde el inicio de sus estudios, lo que les permite adquirir las competencias y habilidades necesarias para su futuro desarrollo profesional. Además, la EPSL cuenta con unas instalaciones modernas y equipadas con la última tecnología, lo que garantiza una formación de calidad y adaptada a los tiempos.

Un motor de desarrollo regional

La EPSL no sólo forma a los ingenieros del futuro, sino que también contribuye activamente al desarrollo de la comarca de Linares y de la provincia de Jaén. La escuela mantiene una estrecha colaboración con las empresas del entorno, a través de convenios de prác-



ticas, proyectos de investigación y transferencia de tecnología. De esta forma, la EPSL se ha convertido en un verdadero motor de innovación y desarrollo económico para la región.

Apuesta por la internacionalización

La EPSL tiene una clara vocación internacional y apuesta por la movilidad de su estudiantado y profesorado. La escuela participa en numerosos programas de intercambio con universidades de todo el mundo, lo que permite al alumnado completar su formación en otros países y adquirir una visión global de la ingeniería.

Este centro es, en definitiva, un referente en la formación de ingenieros y un actor clave en el desarrollo de la comarca de Linares y de la provincia de Jaén. Con una formación de calidad, un enfoque práctico y una clara vocación internacional, la EPSL prepara a los ingenieros del futuro para afrontar los retos del siglo XXI. ■



SURRENDER
TO LOLA FLORES

SURRENDER TO THE

ANDALUSIAN CRASH

Andalucía



andalucia.org

Grupo JPG



El Grupo JPG dedica su actividad a la ingeniería, reconstrucción, mantenimiento y venta de recambios, siendo su especialidad el mantenimiento de vehículos industriales, militares y del sector ferroviario, distribución recambios (Centro Madrid) y distribución de Recambio Santana original además de otras marcas (Centro Linares). Desde su fundación en 1957, pasando a ser sociedad anónima en 1994, han sido referentes en el sector de la defensa español, destacándonos por su experiencia y capacidad.

Su sede central se encuentra en Madrid, siendo este el principal centro de operaciones. Además, cuentan con dos sedes adicionales, una en Linares (Jaén), ubicada en el Parque Empresarial Santana, y un almacén en Areitio (Vizcaya). Este año, se celebra el 14 aniversario desde que comenzó su andadura en Linares. Desde este centro logístico, el grupo garantiza un producto original y de calidad para todos los vehículos de la marca Santana y Suzuki Santana, así como una amplia gama de repuestos de otras marcas para satisfacer las necesidades del mercado actual.

En 2024, la compañía facturó 23 millones de euros –2 millones en Linares desde donde exportó 700.000 euros, principalmente a países de la Unión Europea– y cuenta con 140 trabajadores –una plantilla media de 20 trabajadores en Linares–.

Actualmente, están trabajando en la consolidación y ampliación del proyecto en Linares, se está trabajando en la unificación del centro logístico de recambios de Linares en una sola localización y adecuar este espacio a las necesidades de la compañía. Asimismo, están firmando acuerdos de colaboración con empresas internacionales de la industria de automoción, interesadas en instalarse en Linares. ■



Industrias Algama

INDUSTRIAS Algama es una empresa ubicada en Linares, especializada en el galvanizado en caliente de piezas de acero, un proceso que proporciona una protección duradera contra la corrosión.



Fundada en 1966, la empresa es un referente en el sector, ofreciendo soluciones para la industria eléctrica, la construcción, la agricultura y las energías renovables. Cuenta con un equipo de 73 trabajadores y una facturación anual superior a 9 millones de euros.

Su planta, situada en el polígono industrial Los Rubiales, tiene 22.000 m² y cuenta con tecnología avanzada para garantizar la trazabilidad y el control de su producción y el tratamiento de piezas de gran tamaño gracias a su cuba de galvanizado de 12,5 metros. El proceso productivo sigue estrictos estándares de calidad, contando con certificaciones ISO 9001, ISO 14001 y Norma Alemana DAST022. Además, la empresa apuesta por la sostenibilidad, implementando sistemas para minimizar el impacto ambiental, como el tratamiento de emisiones y la optimización de recursos. ■

Cofares

LA cooperativa distribución farmacéutica Cofares ha inaugurado en enero su nuevo almacén de distribución en Linares, junto al presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno. El centro supone un crecimiento de un 30% en la superficie de la distribuidora farmacéutica en Andalucía, ampliando así su capacidad logística al servicio de todas las farmacias de la provincia de Jaén. En total, 313 establecimientos. Este almacén, ubicado en el polígono industrial Los Rubiales II, ha sido construido sobre una superficie total de 10.529 m². El centro tiene una capacidad de reparto de más de 19.500 referencias de medicamentos y otros productos de salud a las farmacias. Esta nueva instalación tiene como objetivo acercar a menos de una hora de distancia los fármacos y productos de salud a los socios, mitigando a la vez el impacto de la huella de carbono. El almacén dispone de robotización para la gestión del surtido y de un sistema tecnológico propio para verificar el contenido de las cubetas que salen de la organización, a través de las 12 rutas de reparto simultáneo. ■



UTIL-AIR SUR, S.L.U.

DESDE 2006, la empresa se dedica al suministro industrial, asesora y vende material para fábricas y talleres, especializados en aire comprimido, automatizaciones, grasas y lubricantes, herramienta de corte y herramienta manual. También disponen de un servicio técnico para la venta, mantenimiento y reparación de maquinaria e instalaciones de aire comprimido (compresores, calderines, secadores...). Venden todo tipo de material para el sector industrial de Jaén, Granada y Córdoba, principalmente, aunque tienen clientes por toda España y en Marruecos. Tienen delegaciones en Linares y Martos. En 2024, facturaron 3 millones de euros y exportaron 100.000 euros a Marruecos. Tienen 16 empleados. ■



Meltio

MELTIO fue fundada en 2019 con sede en Linares y se dedica a la fabricación de soluciones de impresión 3D de metal con su tecnología única y patentada. Sus soluciones permiten a industrias de automoción, defensa, minería, energía, petróleo y gas, naval o defensa fabricar y reparar piezas metálicas con tecnología de impresión 3D de metal. Las piezas pueden imprimirse de forma eficiente reduciendo costes de producción en materiales como aceros inoxidables, titanio, aluminio, cobre, níquel o inonel. El ámbito de actuación es la fabricación aditiva industrial de metal. La facturación en 2024 fue de un 58% más que en 2023, cuando Meltio facturó 13 millones de euros. El 95% de la producción de Meltio en su fábrica de Linares se destina a exportación, principalmente a Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, Latinoamérica y Asia.

La compañía han realizado inversiones en 2024 y continuará invirtiendo en innovación en 2025. Se ha desarrollado la nueva impresora 3D de metal industrial más potente, la Meltio M600 y se ha lanzando al mercado un nuevo Meltio Engine Blue que permite mejorar e incrementar la potencia de impresión 3D de piezas de metal en entornos industriales como máquinas CNC computerizadas o adaptando el cabezal de Meltio en brazos robóticos industriales. ■



Alucoat Conversión

FUNDADA en 1910, Alucoat Conversión se incorporó en 2001 a Alibérico, grupo industrial y tecnológico referente mundial en el sector del aluminio. Alucoat Conversión es hoy un líder en el lacado de bobinas de aluminio, especializado en acabados de entre 20 y 500 micras de espesor. Cuenta también con una planta de producción de núcleo de nido de abeja de aluminio para materiales avanzados. Alucoat posee unas instalaciones de más de 30.000 m² con tecnología avanzada y suministra a una gran variedad de sectores. Diseña y fabrica productos de alto valor añadido con gran personalización para cada cliente, garantizando que sus productos cumplan con las certificaciones más rigurosas a nivel mundial. Alucoat es un referente también de innovación y sostenibilidad, acreditada por su larga lista de certifica-



ciones, como Residuo Cero o la reciente adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En 2024, Alucoat alcanzó una facturación superior a los 60 millones de euros, con un equipo de 75 profesionales muy cualificados. Un 40% de los ingresos provienen de mercados internacionales. Exportan a 27 países, entre los que destacan Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, Brasil, Estados Unidos y Canadá.

Alucoat mantiene una estrategia de inversión continua, orientada a opti-



mizar la eficiencia de sus procesos productivos y adaptar sus instalaciones a las normativas más exigentes en sostenibilidad y eficiencia energética. En 2024, Alucoat invirtió en una planta propia de energía solar con una potencia de 949,30 Kw, que supone que un 21,4% del consumo energético de la planta provenga de fuentes renovables propias. En 2025, tiene previsto ampliar e invertir en maquinaria auxiliar para seguir incrementando su capacidad de producción y el desarrollo de nuevos productos. ■

Cetemet



CONSTITUIDA en 2007, Cetemet es una fundación privada que busca impulsar el desarrollo y la competitividad de los sectores metalmeccánico y del transporte en Andalucía y España, mediante la investigación, la innovación y la transferencia tecnológica. Su patronato está compuesto por 15 entidades públicas y privadas, entre las que destacan la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Linares, la Cámara de Comercio de Linares, la Universidad de Jaén, Gestamp, Caf y Alstom. Está homologada como Centro Tecnológico Nacional por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y por la Consejería de Universidades, Investigación e Innovación.

La entidad principal y sus filiales tiene un total de 80 trabajadores con sede principal en Linares, y filiales en Córdoba, Zaragoza y Benavente, así como unos ingresos anuales de en torno a 8 millones de euros.

Entre sus certificaciones y acreditaciones destaca el ser laboratorio oficial del Ministerio de Industria para los ensayos de vehículos de transporte de mercancías perecederas en Andalucía, Aragón y Castilla y León, además de ser el único laboratorio acreditado ENAC en España para certificar los sistemas de climatización de material rodante ferroviario para transporte de pasajeros, tanto en metros y tranvías como en larga y media distancia.

Cetemet dispone de personal altamente cualificado para la realización de proyectos de I+D en áreas como digitalización, materiales y fabricación avanzada, ingeniería y desarrollo de producto y simulaciones. Y está desarrollando proyectos a nivel nacional y europeo. Cetemet actualiza continuamente su equipamiento y está planificando la inversión en nuevas infraestructuras de ensayo ferroviarias, en el Parque Científico Tecnológico del Transporte Santana. ■



Linares Biodiésel Technology

LINARES Biodiésel Technology (Libitec) se constituye en 2005 como alternativa industrial al sector azucarero. La empresa produce biocombustibles sostenibles, utilizando como materia prima residuos de la industria de almazara y refino de aceite de orujo, residuos y subproductos de origen animal.



La Diputación Provincial de Jaén ha apoyado la creación de más de 60 empleos por parte de Libitec. Así lo ha destacado el presidente de la Administración provincial, Francisco Reyes, en la visita que realizó en octubre a la empresa. En concreto, la Diputación de Jaén ha otorgado a Linares Biodiésel Technology cerca de 900.000 euros a través de la concesión de dos incentivos en el marco de la convocatoria de ayudas para la generación de empleo intensivo, incluida en el Plan de Empleo de la Administración provincial.

Diego Bigeriego, representante y accionista de esta empresa, ha señalado que con las ayudas otorgadas por la Diputación “ampliamos a 40 trabajadores y después 23 más”. Asimismo, ha destacado la apuesta que se ha realizado por la ampliación de la fábrica que cuenta con 72 trabajadores y en la que “hemos invertido en los últimos dos años 12,5 millones de euros”. ■

Evolutio

LA compañía Evolutio es una experta en la integración de servicios cloud para el mercado corporativo y las entidades públicas. Su objetivo es impulsar la agilidad, flexibilidad y capacidad de innovación de sus clientes, ayudándoles a alcanzar el máximo valor posible de su negocio y acompañándoles en su proceso de digitalización. Con sede central en Madrid, Evolutio cuenta con una trayectoria de más de 30 años de experiencia en el sector. La empresa está presente en Linares donde ya ha alcanzado los 100 empleados en su centro linarense, especializado en áreas de gran demanda empresarial como la ciberseguridad, los entornos cloud y la experiencia de usuario. El centro, inaugurado en febrero de 2022, se ha nutrido del talento local para contribuir a la generación de empleo altamente cualificado en la región. ■



MLC Energía

LA compañía Martín López Carburantes - MLC Energía nace en Linares en 2011 como empresa de distribución de carburante. Hoy, el Grupo MLC se encuentra realizando importantes inversiones destinadas a ofrecer soluciones energéticas, buscando convertirse en el proveedor global de energía de confianza para sus clientes. En 2021, La empresa facturó 128.904.091 euros y cuenta con 252 trabajadores. El Grupo MLC Energía está integrado por varias empresas, además de Martín López Carburantes, como Multienergías MLC y Gestora Petrolera MLC.

- Combustible: MLC gestiona 80 estaciones de servicio, especializadas en transporte pesado, donde se puede repostar cualquier tipo de combustible y ofrecen una gran variedad de servicios.
- Luz: La empresa suministra electricidad y gas a nivel nacional a sus clientes mediante estudio personalizado para ofrecer la solución energética.
- Fotovoltaica: MLC Solar se crea para ofrecer proyectos de la mano de energía fotovoltaica. ■



Sugremín

SUGREMIN, S.A. es una empresa española especializada en la elaboración de material para la electrificación ferroviaria creada en 1973. Sus instalaciones están ubicadas entre Madrid, donde tiene oficinas y se encuentran los departamentos de Administración y Finanzas, Comercial, Gerencia e I+D y Linares, donde se ubica la fábrica. Sugremín es una empresa con más de 40 años de experiencia en la fabricación de piezas por corte, estampación, mecanizado, soldadura y conjuntos obtenidos por ensamblaje, con especialización en la elaboración de material para electrificación ferroviaria (postes de catenaria, pórticos, ménsulas, tirantes de ménsula, poleas, soportes y herrajes de catenaria flexible y rígida). ■



CAF Digital & Design Solutions

EL centro de desarrollo de proyectos CAF Digital & Design Solutions es un acelerador en la implantación de la fabricación digital y un referente en la digitalización y fabricación aditiva en el sector de bienes de equipo. Su principal línea de negocio se ha desarrollado en el campo del transporte ferroviario, aunque actualmente se han establecido con éxito otras líneas de trabajo como el sector de la automoción o la unidad de negocio CAF Digital Manufacturing, que cubre los servicios que componen el ciclo digital. Se trata de una empresa dedicada a la fabricación aditiva y la digitalización 3D. Es un departamento innovador y en constante evolución. Es una empresa dedicada a servicios de ingeniería y consultoría multidisciplinar especializada en proyectos de diseño, rehabilitaciones, vagones, puesta en servicio y mantenimiento de infraestructuras. En las factorías de CAF se diseñan y construyen toda clase de vagones de carga admitidos en tráfico nacional e internacional. ■



Inibé Composites

ESTA empresa nace de la experiencia de más de 25 años diseñando y fabricando conjuntos y subconjuntos de piezas de poliéster reforzado con fibras industriales principalmente. Inibé Composites es referente en el desarrollo y fabricación de elementos de materiales compuestos, principalmente para el sector del ferrocarril, automoción industrial, mobiliario urbano y comercial. Desarrollan las soluciones, las procesan a través de su departamento de ingeniería y realizan la fabricación y el montaje de componentes dando un servicio integral. Inibé se crea en 2012 en Vilches (Jaén). En 2016, se trasladan al Parque Empresarial Santana de Linares, aumentando un 250% la capacidad de la empresa. Y en 2021, se trasladan a sus actuales instalaciones en polígono Los Rubiales de Linares, ampliando de nuevo su capacidad. ■



“Los objetivos del grupo prevén alcanzar los 1.250 empleados y los 200 millones de euros en 2028”



José María Raya
CEO de Keyter Intarcon

Andalucía Económica ha celebrado una nueva edición de su 'Foro Andalucía Madrid - Ciclo Directivos Líderes', que pretende tender puentes entre las dos comunidades. En el ciclo, destacados ejecutivos andaluces cuentan en primera persona su experiencia profesional al frente de compañías de relevancia en nuestro país.

Isabel G. Suero / Fotos: Raúl Caro

ANDALUCÍA Económica ha celebrado una nueva edición de su ciclo 'Directivos Líderes' que, en esta ocasión, contó con la intervención de José María Raya, CEO de Keyter Intarcon. El acto, que se celebró en el Club Cámara Antares de Sevilla, fue moderado por Alfredo Chávarri, director general de la revista, y el ponente fue presentado por Aurelio García, presidente del Grupo Keyter.

Antes de presentar al ponente, Aurelio García hizo una introducción sobre la compañía. Según explicó, el origen del grupo se remonta a final de los 70, cuando cuatro compañeros de la Escuela de Ingenieros

de Madrid (Ángel Ramos, Juan Saez, Agustín Maíllo, y él) coincidieron en su primer trabajo en una ingeniería madrileña de climatización y energías alternativas. En los 80, iniciaron su actividad empresarial y fundaron dos empresas: una ingeniería y una instaladora. En 1986, fundaron Ciatesa, dedicada a la fabricación de equipos de climatización y bombas de calor que se ubicó en Montilla (Córdoba). Tal y como afirmó, “esta fue la primera fábrica de su clase en Andalucía”.

En 2007, vendieron la compañía a su socio francés Ciat que después fue adquirida por una compañía americana. Entonces,

PATROCINAN:



COLABORAN:





“José María posee unas excelentes cualidades, es un gran profesional y mejor persona”, indicó Aurelio García

iniciaron en Lucena lo que hoy es el Grupo Keyter. “Tras 18 años de existencia, se ha consolidado como uno de los grupos de referencia en ingeniería, diseño, fabricación, comercialización y servicios al cliente de equipos de climatización, refrigeración industrial y generación atmosférica de agua”, afirmó.

El grupo está compuesto por varias empresas, entre las que destacó las tres fabriles: Intarcon, fundada en 2007, que fabrica equipos de frío industrial; Keyter que en 2014 comenzó la actividad de fabricar equipos de climatización; y Genaq que arrancó en 2017 como fabricante de equipos de generación atmosférica de agua. Para completar el grupo, sumaron varias empresas operativas y algunas filiales comerciales del mercado exterior, sobre todo, en Europa. También participan en Inditer, fabricante de intercambiadores, vaporadores y condensadores de Montilla. El grupo emplea a 815 personas, alcanzó en 2024 una facturación de 115 millones de euros y la exportación supone el 60%.

El presidente de Keyter habló también sobre Lucena, donde está el epicentro del Cluster del Frío y el Clima, “el más importante de España y uno de los más

relevantes de Europa”, añadió. Este cluster lo forman una treintena de empresas que facturan unos 1.000 millones de euros y dan empleo a 4.000 personas en Andalucía. “Estamos ante uno de los sectores más relevantes de nuestra economía”, declaró.

A continuación, García presentó a José María Raya, ingeniero industrial por la Universidad de Sevilla; cursó el Programa de Alta Dirección de San Telmo Business School; y el de Dirección Logística en el Instituto de Empresa. Tal y como explicó, vino a reali-

zar prácticas complementarias a su formación académica en Ciatesa, en los veranos de 1994, 1995 y 1996, en los departamentos de Diseño y Producción. En 1997, se incorpora a Ciatesa. Entre ese año y 2007, pasó por distintas responsabilidades, inicialmente en el departamento de Proyectos y Métodos y después en Logística, Control de Calidad, Proyectos y Energía. Posteriormente, fue el primer director general de Intarcon (2007-2024), responsabilidad que ejerció simultáneamente a la de consejero de Keyter,

Intarcon y Genaq; hasta ser CEO en Keyter Intarcon desde mayo de 2024.

“José María posee unas excelentes cualidades, es un gran profesional y mejor persona. Tiene habilidades técnicas y un amplio conocimiento del sector. Tiene experiencia en gestión de equipos, sabe comunicar, sabe gestionar divergencias sin generar rivalidades, está muy comprometido con el proyecto y sabe delegar. Es digno depositario de los valores que compartimos que no son otros que el respeto a las personas, la honradez y la ética en los negocios, situando siempre al cliente en el centro de nuestros objetivos y anteponiendo cualquier interés personal al colectivo. Sin duda, es y será un buen líder”, finalizó.



Alfredo Chàvarri, director general de Andalucía Económica; José María Raya, CEO de Keyter Intarcon; Aurelio Fernández, alcalde de Lucena; y Aurelio García, presidente del Grupo Keyter.

Amor a primera vista

José María Raya comenzó su intervención recordando cómo conoció el grupo empresarial: “Estaba en 3º de carrera, me enteré que había una fábrica en Montilla y fui a visitarla. Ángel Ramos, uno de los socios, me atendió. Hizo una labor de captación de talento. Recuerdo que le pregunté cómo se hacía competencia a las multinacionales y me dijo: escuchamos a los clientes, esta-

“Los valores del grupo son diferenciación, orientación al cliente –servicio–, pasión, honestidad y transparencia, calidad y responsabilidad social”, afirmó Raya

mos cerca de ellos, adaptamos nuestros productos a sus necesidades y damos un servicio que las multinacionales no pueden dar. Me quedé haciendo prácticas e hice mi proyecto fin de carrera. Me enamoré de esa fábrica”,relató.

Raya se refirió al sector del frío (frío industrial, frío comercial, climatización, climatización móvil y fabricación de componentes) como una industria en alza. Tal y como apuntó, el 80% del frío comercial español se factura en Andalucía y, concretamente, en Córdoba. Un sector que suma 300.000 m² de superficie de fábricas.

“En 1999, tuve la suerte de ver cómo los socios fundadores de las cuatro o cinco fábricas representativas del sector decidieron poner en común sus proyectos, abrir sus fábricas a los demás –algunos de ellos competencia entre sí– y con generosidad y mucho sentido común, entendieron que juntos podían hacer más cosas que por separado. Así, arrancaron un proyecto de una asociación, lo que luego ha venido a ser el cluster, compartiendo objetivos conjuntos y haciendo proyectos de cooperación de I+D”, indicó el CEO de Keyter.

José María Raya habló de un concepto que es de

nominador común de las empresas tractoras del sector, el ETI –Empresas de Tamaño Intermedio–. “En España y Europa, una empresa deja de ser pyme y pasa a ser gran empresa cuando tiene 251 trabajadores o factura 50,1 millones de euros y ya es como Iberdrola o Endesa..., pero nosotros no nos sentimos así”, explicó.

Tal y como afirmó, “en esta situación se encuentran muchas empresas andaluzas que son empresas innovadoras, exportadoras, son grandes generadoras de empleo de calidad y no están en los grandes núcleos de población, sino en pequeños núcleos, con lo que ayudan a fijar la población. Si la administración pública se sensibiliza con este tipo de empresas, podrían convertirse en las protagonistas del crecimiento futuro de España.”

José María habló de enamorarse, del trato directo,

de acompañamiento, de generosidad, sentido común, empatía... ¿Las empresas tienen estos sentimientos?, preguntó. En este punto, el responsable de Keyter habló sobre liderazgo y cultura, lo que tiene que ver con las personas, las *hard skills* y también *soft skills*.

Al hablar de dirección, José María se refirió a la necesidad de tener iniciativa y responsabilidad; porque liderar es estar al frente, generando una cultura de confianza, gracias a tener buenas personas y buenos profesionales, un control sobre las cosas, creando equipos en base a las diferencias y fortalezas.

En su opinión, existen varios niveles de liderazgo, empezando por el autoliderazgo; seguido del liderazgo de equipos y después estaría el líder de líderes, que detecta que hay personas que están liderando, porque pueden convertirse en líderes.

En relación a las futuras generaciones, Raya estimó que tienen un concepto diferente sobre el compromiso. Bajo su punto de vista, “Tienen más compromiso con los proyectos que con las instituciones y quieren crecer más rápido. Estamos obligados a entendernos con las futuras generaciones y los veteranos tenemos que hacer el esfuerzo mayor”, estimó.

Valores

Raya afirmó que la cultura y estrategia del grupo se ve a través de sus valores: diferenciación, orientación al cliente –servicio–, pasión, honestidad y transparencia, calidad y responsabilidad social (sobre todo, formación –mantienen acuerdos con universidades y centros de FP– e inclusión de personas).

Así, indicó que los propósitos de la empresa pasan por una mejora constante





Joaquín Callete, de Guadalclima; junto a Javier Sanabria; Pedro Espinar; y Álvaro Salmerón, todos ellos de Keyter Intarcon.



Juan Carlos Durán, decano del Colegio de Ingenieros Industriales Andalucía Occidental; Antonio Carrillo, del Consejo Económico y Social de España; Vanessa Moreno, de CTA; el ponente; Antonio Muñoz, de Cajasur; Estanislao Martínez, de AGQ Labs & Tech. Corporate; y Francisco Velasco, de EOI.



Juan Sarrio, de Meliá; Fátima Ruiz, de Tragsa; Alejandro Hurtado, de Enerplus; Luis Parra, de Strategyco; y Roberto Recuerda, de Hispacold.



José Antonio García, de Ayesa; Eduardo López, de Fénix Ingeniería y Arquitectura; Fidel San Emeterio, de Ayesa; Araceli Arteche, de Michael Page; y Carlos García, de Genaq.

de las condiciones de vida de las personas mediante la optimización de la calidad del aire en términos de confort e higiene, creando elementos de refrigeración y climatización respetuosos con el medio ambiente.

Para conseguirlo, cuentan con recursos como sus nuevas instalaciones de 150.000 m² que inaugurarán en mayo, que comprenden dos naves con 40.000 m² construidos y que han supuesto una inversión de 50 millones de euros. Será una de las fábricas de su sector más modernas de Europa y ha contado con el trabajo de otras empresas como la sevillana Ayesa. La fábrica es altamente sostenible, gracias a las placas solares y a la generación de agua. Contará, además, con un centro de formación de alta tecnología, además de unos modernos laborato-

rios y una tecnología 4.0.

Tal y como señaló Raya, el nuevo plan estratégico de la compañía para 2025-2028 comprende una serie de oportunidades que tienen que ver con la descarbonización, nuevos mercados (Oriente Medio, América central y del sur), digitalización e inteligencia artificial, alianzas con clientes y proveedores y servicios conectados. Para conseguirlos, el grupo Keyter cuenta con los siguientes diferenciadores: experiencia, tecnología, cualificación, marca, infraestructuras y están presentes en nichos estratégicos.

Los objetivos cualitativos del grupo pasan por tener mayor presencia internacional con sedes; fortalecer su cultura empresarial; crear nuevas unidades de negocios; e impulsar la formación. Y los objetivos



José Antonio Moreno-Aurioles; Esther Díaz, de Transporte Octavio; y María Segura; junto a José Arboledas; Luis González; y Joaquín Cid, todos ellos de Keyter.

cuantitativos prevén alcanzar los 1.250 empleados; y llegar a los 200 millones de euros en 2028.

Raya indicó que el grupo desarrolla innovación azul, que desarrolla nuevos espacios de mercado vírgenes que crean ventajas competitivas únicas y persigue retornos superiores, pero comporta mayores riesgos.

Por último, puso de relieve

el valor generado por la innovación que desarrolla el grupo a través de trabajar en campos tan diferentes como el hidrógeno, las e-houses, las emergencias, la cultura, la ciencia, los hoteles, los laboratorios, el sector residencial, la industria alimentaria, la militar, la logística, los hospitales, la industria química y los aeropuertos. ■



Curro Rufino, de InOut Capital Services; Pablo Barrero y Ramón Barrero, ambos de Five Points; Francisco Cantón, de T4S Advance Solutions; y Jorge Ramos, de San Telmo.



Juan Jesús Nuñez; Salvador Raya Portero, de Inditer; Carlos Navarro, de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería; Francisco Jiménez, de Grupo Idea; y Gerardo Jiménez, de Tecnalia.



Manuel García, de Magtel; Samuel Rubio, de Deloitte; Eduardo López, del Grupo Keyter; y Joaquín Pozo, de Grupo Zinc.



Javier Alameda, de Mesima; Joaquín Fernández; Fátima Muñoz, de ACA; y Daniel Alberola.



Patricia Balbontín, de Andalucía Económica; Alejandro Rivas, de R. Blanco Diseño Integral; Pilar Rodríguez, de Global Jinzai; y Carlos Vallejo, de Tectrilab.



David Páez Ceta; Antonio Blanco, de Keyter; Rosa León, de Caixabank; Eva Mesa, de Caixabank Empresa; Pedro Galisteo, de Intarcon; Alberto Pascual, de Keyter; y Jesús Muñoz, de AFAR.



Manuel Sánchez y José Manuel González, ambos de Grupo Zinc; David Suárez, de Apralize Innovations; y Ana Gordillo.

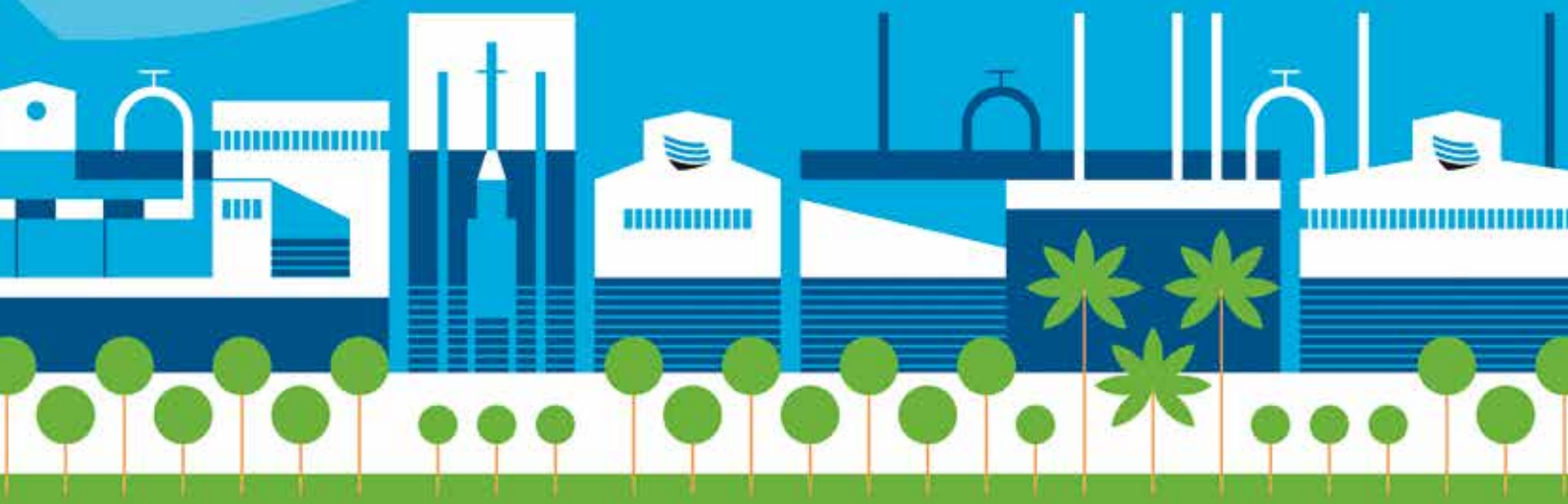


Marisa Durán, de EOI; Laura Marcos; Fátima Bollero; y Nieves Peña.



ATLANTIC COPPER

Una compañía del grupo Freeport-McMoRan



PROPORCIONAMOS METALES PARA LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD Y EL PROGRESO



La moda se ha convertido en uno de los embajadores con más poder de reclamo del destino andaluz. La comunidad ha sido históricamente un centro de producción textil, y este legado ha evolucionado en una industria de la moda innovadora y creativa que tiene un fuerte impacto en la economía y en la sociedad

Patricia Balbontín



La industria de la moda tracciona la economía local y exhibe la marca Andalucía a nivel internacional

El creciente interés de la sociedad por la moda y por la imagen personal ha posicionado a diseñadores y marcas andaluzas en el escaparate internacional. La industria de la moda no para de crecer, de reinventarse, y su impacto en España se traduce en más de 16.600 millones de euros de facturación anual (-2,8% del PIB-), 17.500 empresas y más de 131.000 empleos. Su principal desafío, además de combatir las importaciones ilegales y los productos falsificados, es la sostenibilidad y avanzar hacia una mayor circularidad y descarbonización de los procesos.

Andalucía es uno de los principales focos nacionales de este amplio y diverso ecosistema, que engloba las actividades de confección, textil, cuero y calzado. Nuestra comunidad destaca en términos de empleo y número de empresas, sólo por detrás de la Comunidad Valenciana, Cataluña y Galicia. Y es la quinta con mayores ventas, tras Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y Madrid. Así lo

refleja el Informe Económico de la Moda 2024 elaborado por el Observatorio Textil y Moda y Modae.

Aunque muy atomizado, este sector es un pilar fundamental de la economía regional. Según los datos del INE, a cierre de 2022 – último registro disponible –, existían en la comunidad 2.429 empresas activas, con un peso del 14% en el conjunto del tejido industrial, que arrojaron una facturación conjunta de 539 millones de euros, un 15% más que el año anterior. Respecto al empleo, el INE identifica un total de 4.435 trabajadores en la industria de la confección y 4.213 en la del cuero y calzado. Los últimos registros sobre el empleo en el sector textil datan de 2020, cuando este segmento empleaba a 2.869 personas.

Por otro lado, los datos de la Seguridad Social a

junio de 2024 indican que un total de 39.532 personas se dedican al comercio especializado en moda, una de las cifras más altas de todo el país.

Evolución

El sector de la moda ha sufrido profundos procesos de transformación en las últimas cinco décadas. Andalucía ha sido históricamente un centro de producción textil que se alimentaba de las abundantes cosechas de algodón de la zona, siendo Sevilla el principal foco de producción en España. En esta ciudad se instaló la primera fábrica desmotadora moderna en España, y también aquí se inauguró en 1941 Hiladuras y Tejidos Andaluces, le emblemática Hytasa.

Fabricaba camisas para el ejército franquista y lle-

gó a ser el mayor grupo textil de España y el más moderno de Europa. En 1996, en plena crisis del sector, Hytasa echó definitivamente el cierre tras una larga agonía para sus miles de empleados.

El caso homólogo de Hytasa en Málaga fue el de Textiles del Guadalhorce. Esta industria textil algodonera, que posteriormente se llamó Intelhorce e Hitemasa, estuvo activa desde 1963 hasta 2004.

Hoy la industria de la moda vive un momento dulce, mecido por el auge del consumo y el *ecommerce*, que permite la omnicanalidad en las compras. En este amplio vestidor encontramos prácticamente de todo: diseños de alta costura, moda causal y *lifestyle*, moda flamenca, trajes de novia, madrinas e invitadas, bolsos, sombreros y tocados, complementos, calzado y otros artículos de piel.

Diseñadores y marcas

Hay centenares de marcas y diseñadores que forman parte de la identidad

Andalucía destaca en términos de empleo y número de empresas, sólo por detrás de la Comunidad Valenciana, Cataluña y Galicia



de Andalucía y refuerzan su reputación en España y en los mercados internacionales. Una de las enseñanzas más veteranas y conocidas es Mayoral, que nació en 1941 para fabricar y vender calcetines y medias, pero desde 1970 está especializada en moda infantil. También es la que más factura, unos 400 millones de euros anuales, y tiene presencia internacional con filiales en una veintena de países. Otra firma curtida del sector –nació en 1976– es la cordobesa Matilde Cano, que ya ha conquistado con sus diseños de novia, invitada y madrina países como Francia, Italia, Portugal, Irlanda, Arabia Saudí y parte de Europa del Este.

En los últimos años (casi 20) se han puesto de moda las marcas *lifestyle*, que representan un estilo de vida con el que se sienten identificados los consumidores. Grandes embajadores andaluces de esta tendencia son los empresarios Álvaro Moreno y su marca homónima; Pablo López, creador de Silbon; y Borja Vázquez, fundador de Scalpers, la desenfadada marca de la calavera.

Otro exponente del sector es Ana García, alma máter de Cherubina, que se ha convertido en una de las

firmas fetiche de la reina Letizia. Empezó vendiendo sombreros y tocados artesanales, y ha ampliado la producción al segmento de trajes de novia e invitadas y ropa casual. Sus colecciones se venden en 40 tiendas multimarca y hay cola de establecimientos que quieren distribuirla.

También está volando alto la marca Panambi, creada por las diseñadoras sevillanas, Lola y Angi Jiménez. Sus modelos son de inspiración internacional pero sin perder las raíces andaluzas.

Más firmas de moda *made in* Andalucía que despuntan son Amazonia (moda femenina/Sevilla), Vogana (vestidos de invitada/Sevilla), Basyco Jerez (moda femenina/Jerez de la Frontera), Claro Couture (vestidos de novia y alta costura/Sevilla), Noon Spain (moda femenina/Sevilla), Miphay (moda de ceremonia/Málaga), A Le-

yva CayroWoman (invitadas y eventos / Sevilla), Nicolás Montenegro (moda femenina/Sevilla), Mase estudio (moda femenina/Sevilla), Color Nude (moda femenina/Sevilla), Sonia Peña-Grupo Zarpa (moda femenina/ Torremolinos), J Arggido (moda femenina/Málaga), No te lo Digo (mofa infantil/Sevilla) y Franc Sarabia (moda nupcial / Sevilla).

Y si el sector de la moda andaluza es un hervidero de creatividad, el segmento de la moda flamenca está rompiendo todos los esquemas. Lo hemos visto recientemente, en SIMOF, la cita internacional del sector celebrada cada año en Sevilla. En esta célebre pasarela se han presentado 1.625 diseños de más de un centenar de diseñadores. Los top de Andalucía son Rocío Peralta, José Hidalgo, Lourdes Montes (Mi Abril), Aurora Gaviño, Sara de Benítez, Rocío Osor-

no, Leandro Cano o Pol Núñez.

SIMOF es uno de los muchos eventos que promueve el impulso de la industria de la moda en Andalucía. También son importantes la pasarela de moda flamenca We Love Flamenco o la Semana Internacional de la Moda en Andalucía, donde diseñadores y marcas emergentes exhiben su talento y creatividad.

Piel y calzado

Sevilla, Málaga y Córdoba son las principales ciudades de la moda andaluza, pero donde verdaderamente se respira tradición industrial –y no es una metáfora– es en los municipios de Ubrique (Cádiz) y Valverde del Camino (Huelva). El primero ha alcanzado fama mundial por el diseño y la fabricación de artículos de piel de alta calidad, hasta el punto de que grandes



BALANZA COMERCIAL DE ANDALUCÍA / **PRENDAS TEXTILES DE VESTIR** / MIL €

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Ene.-Nov. 2024
ALMERÍA	Exportaciones	3.962	5.334	5.552	5.602	6.727	7.520	6.047	10.407	16.296	19.048	19.977
	% Variación		34,6%	4,1%	0,9%	20,1%	11,8%	-19,6%	72,1%	56,6%	16,9%	13,4%
CÁDIZ	Exportaciones	22.359	20.250	16.947	10.659	11.142	8.074	9.187	4.655	4.907	3.128	2.805
	% Variación		-9,4%	-16,3%	-37,1%	4,5%	-27,5%	13,8%	-49,3%	5,4%	-36,2%	0,3%
CÓRDOBA	Exportaciones	6.085	6.310	2.609	2.460	2.807	2.575	1.776	2.232	2.949	4.393	4.231
	% Variación		3,7%	-58,7%	-5,7%	14,1%	-8,3%	-31,0%	25,7%	32,1%	49,0%	1,8%
GRANADA	Exportaciones	1.647	1.521	1.348	1.785	2.228	2.058	1.981	1.716	1.218	1.887	2.090
	% Variación		-7,6%	-11,4%	32,5%	24,8%	-7,6%	-3,8%	-13,3%	-29,0%	54,9%	23,1%
HUELVA	Exportaciones	230	99	194	102	175	192	131	442	257	423	555
	% Variación		-56,9%	95,8%	-47,7%	72,3%	9,6%	-31,8%	237,4%	-41,9%	64,7%	43,3%
JAÉN	Exportaciones	1.155	1.335	2.784	3.346	2.926	3.338	2.175	3.130	2.715	2.821	1.952
	% Variación		15,6%	108,6%	20,2%	-12,6%	14,1%	-34,9%	43,9%	-13,3%	3,9%	-28,4%
MÁLAGA	Exportaciones	105.042	116.566	129.961	165.257	130.388	131.918	125.552	112.434	142.607	135.923	127.689
	% Variación		11,0%	11,5%	27,2%	-21,1%	1,2%	-4,8%	-10,4%	26,8%	-4,7%	-1,8%
SEVILLA	Exportaciones	14.844	17.082	16.349	16.837	16.137	24.828	28.532	30.086	36.605	40.560	41.917
	% Variación		15,1%	-4,3%	3,0%	-4,2%	53,9%	14,9%	5,4%	21,7%	10,8%	11,2%
TOTAL	Exportaciones	155.323	168.497	175.745	206.049	172.530	180.503	175.379	165.102	207.554	208.184	201.216
	% Variación		8,5%	4,3%	17,2%	-16,3%	4,6%	-2,8%	-5,9%	25,7%	0,3%	2,1%

Fuente: Andalucía Trade.

Empresas de Valverde y Ubrique están conjugando las nuevas tecnologías con los procesos artesanales con notables resultados en cuanto a competitividad y calidad

empresas internacionales como Chanel, Dior o Prada confían a maestros artesanos del cuero de Ubrique la producción de sus exclusivos bolsos, que pueden alcanzar en el mercado un valor económico de hasta 5.000 euros.

Esta actividad tiene un fuerte impacto económico en el municipio y en toda la provincia, y fija la población al territorio al generar miles de empleos. Según el anuario 2021 de la Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería ASE-FMA, Andalucía es la comunidad de España con más empresas de marroquinería, 451, el 28,50% del total nacional. Gran parte de estas firmas se concentran en Ubrique y la comarca de la Sierra de Cádiz. El 75% de la marroquinería que se produce en la

provincia de Cádiz se destina a los mercados internacionales.

Algunas de las marcas más reconocidas son El Potro, Cache, Carla Sade, Daviletto o Diamontti, Invercumbre, Dimopel, Hermepiel, Havana Piel, Artilab o Pérez Álvarez, Morgado Piel y Onesixone, entre otros. Reinas y celebrities del panorama nacional e internacional presumen de bolsos fabricados en Ubrique.

Lo mismo ocurre con el calzado de Valverde del Camino, referente internacional en la producción de botos camperos, botas, botines y zapatos, tanto de hombre como de mujer. La industria zapatera de esta localidad onubense surge a principios del siglo XX para calzar a los obreros ingleses de las minas de Riotinto. Hoy está centrada fundamentalmente en pro-

ductos de piel con un importante componente artesanal y avalados con el sello 'Garantía de Calidad Valverde del Camino (Etiqueta Negra)' a la que se adhieren firmas como Lazzo Boots, Herce Valverde y Javier Morato.

Tanto en Valverde como en Ubrique, muchas de estas empresas están conjugando las nuevas tecnologías con los procesos artesanales con notables resultados en cuanto a competitividad y calidad.

Exportaciones

Entre enero y noviembre de 2024, Andalucía exportó prendas textiles de vestir por valor de 201,2 millones de euros, según los últimos datos disponibles de Andalucía TRADE. El crecimiento interanual ha sido del 2,1%, posicionando a nuestra comunidad en

la sexta posición en el ranking nacional de este capítulo por detrás de Castilla La Mancha, Aragón, Madrid, Cataluña y Galicia.

Nuestra balanza comercial en este caso es muy negativa (-469,8 millones de euros), ya que importamos prendas de vestir valoradas en 671 millones de euros. La tasa de cobertura es del 30%.

Málaga es, con mucha diferencia, la provincia andaluza más activa en este rango de exportaciones, con el 63,5% de las ventas totales valoradas en 127,6 millones. Muy a la zaga están Sevilla, con 41,9 millones de euros, el 20,8% del total; y Almería, la tercera en el podio con el 9,9% de las ventas internacionales, que se traducen en 19,9 millones de euros.

En cuanto a los destinos, Europa copa el 89,9% de las ventas entre enero y no-



viembre de 2024. Las plazas principales son Italia y Portugal, con exportaciones por 53 y 41,5 millones de euros, respectivamente. Completan el top10 de mercados internacionales Francia, Grecia, Alemania, Estados Unidos, Polonia, Bélgica, México y Andorra.

Las exportaciones andaluzas de productos textiles han crecido un 34% respecto al periodo enero-noviembre de 2014, según datos facilitados por Andalucía TRADE. Y todo parece indicar que estas ventas internacionales van a seguir creciendo en los próximos años, ya que las marcas locales están comenzando a explorar nuevos mercados, llevando la moda andaluza a un público más amplio.

Contribuye a esta tendencia el auge de ferias y eventos de moda, tanto nacionales como internacionales, que actúan como plataformas para que los diseñadores andaluces muestren su trabajo y esta-

blezcan conexiones con compradores y distribuidores de todo el mundo.

Sostenibilidad

La industria de la moda también tiene un lado oscuro. Según Ecoembes, “es el segundo sector más contaminante del mundo. Emplea más de 100.000 químicos sintéticos, el 70% de sus desechos industriales va a parar al agua y se estima que el 20% de los tóxicos que se vierten en ríos y océanos proviene de esta industria.” Además, aporta el 10% de las emisiones globales de carbono, superando las de los vuelos internacionales y el transporte marítimo juntos. No ayuda que la mayoría de las prendas incluyan poliéster en su fabricación, que es un derivado del plástico. La inmensa mayoría de las prendas que se desechan acaban en vertederos.

El portal gestoresderesiduos.org recoge que en Es-

paña se originaron 114.490 toneladas de residuo textil en 2021, siendo la moda el sector que más aporta, un 29,1%. De esta cantidad, se trataron 76.676 toneladas de residuos textiles de diferentes formas, siendo el reciclado la vía principal.

Por eso, el principal reto del sector es ser más sostenible en los procesos y avanzar hacia la economía circular y sus tres consignas: reducir, reutilizar y reciclar. La concienciación ambiental de los consumidores es la clave de este desafío.

Según datos de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, en 2019 se generaron en la comunidad autónoma un total de 45.568 toneladas de residuos textiles –no existen datos más recientes–. Andalucía quiere posicionarse como un referente en la búsqueda de soluciones sostenibles en

el ámbito textil, y ha puesto el foco en el uso de materiales orgánicos y en la reutilización y reciclaje de la ropa usada. Una de las compañías punteras en la gestión de residuos textiles en Andalucía es Reciclatex, cooperativa que se encarga de reciclar textiles y con el material resultante fabricar trapos de limpieza, ropa y otros productos que posteriormente comercializa.

Por su parte, con la reciente Ley de Economía Circular de Andalucía, el Gobierno regional se compromete a impulsar la investigación, el desarrollo y la innovación de formas de diseño, modos de producción y fabricación que reduzcan el impacto ambiental de la industria textil. Además, está el PERTE de descarbonización como herramienta de apoyo transversal a la industria y a las pymes del sector para apoyarlas en la sostenibilidad de sus procesos. ■

mayoral
hace amigos

moda infantil para cada etapa
BEBÉ | NIÑO | NIÑA | CALZADO



Innovación y sostenibilidad, máximas de las empresas de moda andaluza

La moda sostenible es aquella que tiene en cuenta para la producción de las prendas los materiales, el reciclaje y los residuos. Y en ese empeño están las principales firmas de moda y calzado

Isabel G. Suero

ANDALUCÍA cuenta con marcas de moda y calzado que son referencias a nivel nacional e internacional. Estas empresas no están al margen de los principales retos del sector que pasan por la sostenibilidad y la innovación. A continuación, repasamos las principales acciones de algunas de las marcas más conocidas de ropa y zapatos de nuestra región.

En el caso de la compañía malagueña **Grupo Mayoral** posee uno de los sistemas logísticos más avanzados de Europa en su centro Mayoral 2 que, con tecnología de transporte aéreo, identifica de forma automática los artículos de cada pedido. El sistema puede procesar hasta 15.000 unidades/hora.

En materia de sostenibilidad, el 50% de los productos de Mayoral se fabrican con materiales y procesos más sostenibles, con el fin de alcanzar el 60% este año. El grupo apoya la iniciativa Better



Cotton y ya emplea un 50% de algodón más sostenible en las prendas. En 2024, se calculó y auditó la huella de carbono y se instalaron dos plantas solares de autoconsumo en sus sedes. Y desde 2022, evalúa el progreso de su estrategia de sostenibilidad y el impacto ambiental de su cadena de suministro, utilizando High Index.

Entre las novedades de Mayoral para 2025 destaca el lanzamiento de la línea de **Comunión**, exclusiva para el mercado español. Además, este año, seguirán ampliando la red de *corners* de El Corte Inglés en España y de *Galleries La*

Fayette en Francia. Prevén unas 15 aperturas de tiendas propias, nacionales e internacionales, en el primer semestre de 2025, así como de franquicias.

Hablamos ahora de la firma sevillana **Scalpers**, fundada en 2007 por Borja Vázquez y Alfonso Vivanco como una marca de moda masculina, que ha evolucionado hacia una marca de *lifestyle* reconocida internacionalmente. Lanzaron niño en 2012, mujer en 2018, niña en 2019. A ello se suma el lanzamiento de Scalpers LAB, cosmética con una línea de productos genderless, e Invited Brands, el *market-*

place de Scalpers lanzado en 2020, que a través de su propia web comercializa productos de otras marcas y cuenta ya con dos puntos de ventas físicos en las nuevas tiendas de Madrid y Sevilla.

Las oficinas centrales se encuentran en Sevilla, donde está el almacén logístico. También tienen oficina en Madrid donde trabajan los equipos de **Comunicación** y **Showroom**, **Expansión**, **Retail** y la **Fundación Scalpers** y una oficina de **Comunicación** en Lisboa. Está programada la inauguración una nueva sede corporativa de la compa-



Silbon ha creado Silbon Second Life para dar una nueva vida a las prendas de sus clientes y proporcionarles una nueva experiencia de compra y consumo sostenible

ña en Sevilla para finales de año, que ejercerá al tiempo de centro de investigación y de desarrollo de producto para la firma.

La sostenibilidad es un valor esencial para Scalpers que trabaja para optimizar su política medioambiental, integrando prácticas responsables en su negocio. Esto incluye desde el diseño de productos más sostenibles y el uso de materiales innovadores hasta la transformación de sus procesos y la colaboración con organizaciones que comparten su misión. Juntos, buscan un impacto positivo y duradero en el planeta.

Scalpers ha recibido una ayuda de la Unión Europea con cargo al Fondo Next-GenerationEU, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, para la instalación fotovoltaica de autoconsumo en cubierta en la calle Herrería, 18 de Guillena (Sevilla) de 64,80 kWp dentro del programa de incentivos ligados al autoconsumo y almacenamiento, con fuentes de energía renovable, así como la implantación de sistemas térmicos renovables en el sector residencial del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, gestionado por la Junta de Andalucía, a través de la Agencia Andaluza de la Energía.

En 2025, plantean un plan de apertura de 35 nuevas tiendas, siendo la más

destacable una *flagship* en Oporto.

Nueva vida a las prendas

La firma cordobesa **Silbon**, fundada en 2009 por Pablo López, cuenta con siete líneas de negocio: Man, Woman, Kids, Girls, Teens, Pets y Home. El grupo tiene un departamento de sostenibilidad enfocado a mejorar el impacto de su actividad en la sociedad y en el medio ambiente. En 2023, nace el Bosque Silbon, un proyec-



to de colaboración entre la Diputación de Córdoba y Silbon que no solo busca contrarrestar las emisiones de carbono, sino que también contribuirá a la preservación y restauración del entorno natural local.

También, en 2023, se creó Silbon Second Life, que busca dar una nueva vida a prendas Silbon de sus clientes y proporcionarles una nueva experiencia de compra y consumo sostenible. Además,



tratan de producir de una forma sostenible en fábricas españolas en cercanía impulsando el desarrollo económico de la región, creando empleo de calidad, promoviendo la igualdad y garantizando condiciones laborales seguras.

las necesidades del mercado laboral. La oferta académica se alinea con las necesidades del mercado y se impulsarán los Grados Medios de Actividades Comerciales y Grados Superiores de Comercio Internacional, Marketing y Publicidad y Gestión de Ventas y Espacios Comerciales. En 2025, abrirán nuevos puntos de venta, entre ellos una *flagship* en Barcelona.

Nos referimos a continuación a **Gisela**, una marca malagueña de lencería, pijamas, ropa y trajes de baño y ropa deportiva creada en 1993 por José Miguel Ferrer Climent. Sus socios actuales son Iván Ferrer (40%), José Miguel Ferrer (20%) y Yolanda Ferrer y Aldo Ariza (40%).

Desde la firma malagueña han creado un comité de sostenibilidad y han contratado a una empresa externa para desarrollar esta parcela tan necesaria para el planeta y para el futuro de las marcas. La sostenibilidad no afecta solo a los productos –ya hacen sujetadores con tejidos hecho a base de botellas de plástico recicladas–, sino a todas las ramas de la compañía. Así,



están en proceso de generar energía fotovoltaica para sus instalaciones.

En innovación, invierten en tecnología tanto en productos como en sistemas de gestión –automatización de procesos–. Desarrollan productos con elásticos a base de pegamentos termofusionados, corte láser para no dejar marcas, patronaje digital...

En 2025, esperan abrir dos tiendas; invertir en la renovación de los sistemas

ampliando su alcance más allá de su plataforma directa. Esta iniciativa se centra en los vestidos de fiesta y eventos, manteniendo los altos estándares de calidad y diseño que caracterizan a la marca. Mariquita Atelier significa abrir una nueva etapa?

la firma sevillana **Cherubina** fue fundada en el año 2003 por Ana García. Cuenta con varias líneas de negocio: Invitadas (casual y fiesta); Novias (Cherubina

bricación responsable. Priorizan la durabilidad de las prendas frente a la moda efímera y fomentan un modelo de consumo más consciente.

Entre las novedades para 2025 destacan la apertura de tienda en Sevilla en la Plaza del Salvador; la expansión en *ecommerce* con una estrategia reforzada de venta internacional; y nuevas colecciones con propuestas innovadoras tanto en ceremonia como en moda casual.

suela de poliuretano que utilizan es biodegradable. El cuero que se emplea en la fabricación para el calzado está teñido y estos tintes no contienen cromo.

Las inversiones de la empresa están destinadas a nuevos materiales, a la reciclabilidad, al diseño de las nuevas colecciones en las que priman los zapatos deportivos, a la investigación de nuevos *marketplaces* extranjeros y a la búsqueda de un socio local en Medio Oriente y otro en Corea del Sur.

Por último, hablamos de la empresa de complementos **Pepe Pinreles**. En 2018, nace Caiclick SL con Javier Ayala y Juan Carlos Ramos como socios fundadores. La empresa tiene su sede en Sevilla. En 2023, se constituye un grupo de empresas al separar sus líneas de negocio, por un lado, se crea HolyCards Publicaciones, dedicada a los coleccionables de cromos; y por otro, Pepe Pinreles, que vende calcetines de fantasía con motivo de las fiestas, tradiciones... En materia de sostenibilidad, la empresa intenta que todo el material que se utilice sea reciclado o ecológico para sus calcetines. En 2025, tienen intención de abrir dos nuevas tiendas y un nuevo proyecto que verá la luz en Navidad. ■

Cherubina apuesta por una producción local y artesanal, con tejidos de alta calidad y fabricación responsable, priorizando la durabilidad de las prendas

informáticos; e introducir nuevas líneas de Sport / Loungewear y Party.

Por su parte, **Mariquita Trasquilá**, es una empresa fundada en 2013 en Trebujena (Cádiz) por Milagros Cabral Chamorro. Su línea de negocio está dedicada al diseño y venta al por menor de moda femenina (vestidos, trajes, bolsos, complementos...).

Todo su I+D está dedicada a su nueva línea de negocio: Mariquita Atelier, diseñada para llevar sus creaciones exclusivas a otras tiendas y empresas,

Atelier); Alta gama (Edition); Madras; y Complementos. En Cherubina trabajan constantemente en la evolución de sus diseños y procesos. En los últimos años, han incorporado nuevas técnicas en la confección, apostado por la personalización en novias y optimizado su presencia digital con herramientas como Shopify y Klaviyo para mejorar la experiencia de compra *on line*.

Asimismo, Cherubina apuesta por una producción local y artesanal, con tejidos de alta calidad y fa-

Reciclabilidad

Masaltos.com fue creada en 1993 por Andrés Ferreras y Lola Hermoso. Con sede en Sevilla, se dedica a la venta *on line* de zapatos para hacer 7 cm más altos a los hombres.

El zapato de Masaltos.com es una innovación del zapato ortopédico, puesto que además de elevar la altura, también se usa para tratar ciertas tendinitis y también para la dismetría. La innovación conlleva nuevos diseños, suelas y plantillas, así como la trazabilidad de los envíos en todo momento.

Sus zapatos se elaboran con piel de curtición vegetal, no llevan metales y son reciclables. Los materiales empleados en la fabricación son reciclables y la



La circularidad textil: una oportunidad para la industria andaluza

Antonio Carlos Ruiz

Consultor de Corporación Tecnológica de Andalucía - CTA

La industria textil europea enfrenta un desafío significativo en su transición hacia un modelo más sostenible y circular. Actualmente, los ciudadanos de la UE generan 12,6 millones de toneladas de residuos textiles anualmente, con sólo el 22% recolectado para reutilización o reciclaje¹. Para abordar este problema, la UE ha implementado un marco regulatorio que incluye la Estrategia para los Textiles Sostenibles y Circulares, adoptada en marzo de 2022², que establece objetivos para 2030 con el fin de que los productos textiles sean duraderos, reparables y reciclables, fabricados principalmente con fibras recicladas.

Además, la Directiva Marco sobre Residuos exige la recolección selectiva de textiles para 2025³, lo que requerirá que las empresas adapten sus procesos y modelos de negocio. A pesar de estos desafíos, la transición hacia una economía circular presenta oportunidades significativas. La Fundación Ellen MacArthur estima que este cambio podría generar 480.000 millones de euros en el sector textil⁴.

Para facilitar esta transición, el proyecto europeo VERDEinMED (PreVEnting and ReDucing the

Textiles waste mountain in the MED area) ha iniciado sus actividades en la región mediterránea. Cofinanciado con cerca de 3 millones de euros por el programa Interreg Euro-MED, VERDEinMED reúne a 10 socios y 15 entidades asociadas de 11 países, incluyendo centros de investigación, empresas, ONG, administraciones públicas, clústeres y cooperativas.

En España, Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA) y Consorci de la Ribera lideran la participación en el proyecto. CTA está desempeñando un papel crucial en la creación y coordinación, en el marco del proyecto, del Hub español de Circularidad Textil⁵. Este hub, inaugurado el pasado diciembre, reúne ya a 10 entidades nacionales

interesadas en fomentar la economía circular en el sector textil, entre las que se encuentran el Centro de Investigación e Innovación AITEX, la Universidad de Córdoba, y empresas como Mayoral y Silbon.

VERDEinMED aborda los desafíos del sector textil con una estrategia integral que incluye el desarrollo de modelos de negocio circulares y una Plataforma de Conocimiento con recursos gratuitos. El proyecto se centra en apoyar a las empresas en la implementación de la responsabilidad ampliada del productor y el cumplimiento normativo europeo, mediante hubs regionales, talleres y campañas de sensibilización que facilitan la transición hacia un modelo más sostenible y circular.

La participación de An-

dalucía en VERDEinMED, a través de CTA, representa una oportunidad para que las empresas textiles de la región se adapten a las nuevas exigencias regulatorias y se posicionen a la vanguardia de la sostenibilidad y la innovación.

En conclusión, VERDEinMED actúa como catalizador para la transición hacia un sector textil sostenible y circular en la región mediterránea. El proyecto ayuda a las empresas a adaptarse a las nuevas regulaciones y aprovechar las oportunidades de la economía circular. Su objetivo es generar un impacto positivo en la sociedad, el medio ambiente y la economía, promoviendo procesos más eficientes y estableciendo las bases para un futuro sostenible en la industria textil. ■



1 The waste framework directive: Towards a more sustainable use of natural resources.

2 Estrategia de la UE para los productos textiles sostenibles.

3 Directiva Marco sobre Residuos: el Consejo, listo para arrancar las conversaciones sobre su revisión - Consilium.

4 A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future.

5 Inaugurado el Hub español de Circularidad Textil del proyecto VERDEinMED - Corporación Tecnológica de Andalucía CTA.

Los rostros de la moda andaluza

1 / ¿Cómo ve la moda andaluza actual?

2 / ¿Cómo ve a su empresa en el futuro?

mayoral



Facturación 2023:
400 Mill. €
Empleados: 1.900

MANUEL DOMÍNGUEZ / PRESIDENTE

1/ Creo que la moda tiene una posición referente en el mercado actualmente, gracias a la convivencia de marcas con una larga trayectoria con otras que han sabido hacerse un fuerte hueco en el mercado en los últimos años, incluso con fuerte crecimiento internacional.

No hay que olvidar la artesanía o la industria de la marroquinería, a la que acuden las principales marcas de lujo internacionales por la calidad de sus materias primas y procesos.

2/ La clave del futuro de Grupo Mayoral pasa por hacer lo que venimos haciendo desde la creación de Mayoral: adaptarnos al mercado y a la sociedad, siendo flexibles y en constante transformación, tanto en nuestras colecciones de moda como en la forma que tenemos de relacionarnos con nuestros clientes y empleados.

El Grupo Mayoral tiene más de 350 tiendas, además de su actividad en ecommerce en una veintena de mercados. Exporta a más de 100 países, además de filiales comerciales en 20.



SCALPERS



Facturación 2023:
220 Mill. €
Empleados: 1.398

BORJA VÁZQUEZ / PRESIDENTE Y FUNDADOR

1/ Vemos a nuestra empresa como un operador global de moda y lifestyle, ofreciendo productos y experiencias para toda la familia en todo el mundo. Nuestro compromiso es seguir innovando, adaptándonos a las tendencias y necesidades de nuestros clientes, y expandiendo nuestra presencia para llevar nuestro estilo de vida a más personas, sin importar dónde se encuentren.

2/ La moda andaluza tiene una identidad única y un gran potencial. Se nutre de su rica tradición, pero también evoluciona con las tendencias actuales. Es interesante ver cómo sigue creciendo y ganando reconocimiento.

Scalpers cuenta con 369 puntos de venta en 11 países, incluyendo tiendas propias y corners en El Corte Inglés. Su actividad de ecommerce alcanza los 50,60 Mill €. La internacionalización supuso un 13% de la facturación de la compañía en 2024.

SILBON



Facturación 2023:
60 Mill. €
Empleados: 536

PABLO LÓPEZ / CEO

1/ La moda andaluza vive un momento de gran proyección. Cada vez hay más marcas que están consiguiendo destacar a nivel nacional e internacional, manteniendo su esencia y su identidad. Andalucía siempre ha sido una región con un fuerte carácter estético y cultural y eso se refleja en la forma en que entendemos la moda: con personalidad, elegancia y atención al detalle. Estamos orgullosos de formar parte de este movimiento.

2/ Tenemos una hoja de ruta clara: seguir creciendo sin perder nuestra esencia. Nos vemos como una marca consolidada en España y en mercados internacionales donde nuestra propuesta de valor encaja perfectamente. Queremos seguir innovando, tanto en producto como en experiencia de cliente, expandiendo nuestras líneas de negocio y reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Silbon tiene 123 tiendas físicas, outlets y El Corte Inglés. Su ecommerce alcanzó los 12,60 millones de euros en 2024. A nivel internacional, está presente en París (Francia); en Portugal tienen punto de venta en El Corte Inglés de Lisboa y de Oporto; y en México, cuentan con 3 aperturas en Palacio del Hierro.

CHERUBINA



Facturación 2023:
3,5 Mill. €
Empleados: 36

ANA CHERUBINA Y PEDRO PARIAS / FUNDADORA Y CEO

1/ La moda andaluza vive un momento de gran reconocimiento. Hay firmas con muchísima identidad que han sabido conectar con nuevas generaciones sin perder sus raíces. La artesanía sigue siendo un pilar fundamental, pero con una mirada más contemporánea y global.

2/ Seguimos creciendo con el mismo espíritu con el que empezamos hace 20 años: creando piezas especiales, con una esencia única. Queremos consolidar nuestra expansión, tanto en tiendas físicas como en ecommerce, y seguir siendo un referente en el sector, sin perder nunca nuestra esencia artesanal.

La marca posee 3 tiendas propias en Sevilla y Madrid y 60 puntos multimarca a nivel nacional. Su ecommerce abarca Europa y Latinoamérica.



IVÁN FERRER / CEO



Facturación 2023:
19 Mill. €
Empleados: 105

1/ Con un gran futuro por delante. Marcas como Scalpers, Mayoral, Silbón o Álvaro Moreno están cada día más asentadas y creciendo a muy buen ritmo... muchas con una cifra de negocio que superan los 100 millones cada una de ellas. Después hay otras empresas como Harper and Neyer o Miphai que tienen una proyección importante en la moda. Cada vez se van haciendo las cosas mejor y el resultado no solo se ve en el número de empresas, sino en expansión. Andalucía ha pasado

en los últimos 30 años de ser un punto de producción textil, a tener empresas de primer nivel internacional.

2/ Estamos preparando la marca para poder hacer una expansión controlada hasta alcanzar los 30 millones de euros en no más de 3 años. Ya tenemos los equipos y los sistemas preparados para dar este salto que pasa por desarrollar el canal Retail de la compañía que es el único en el que estamos poco representados.

La firma tiene una tienda propia, una en franquicia en Bulgaria, 2.600 puntos de venta multimarca, 45 puntos de venta en El Corte Inglés y otros 80 en Liverpool (México). Su ecommerce alcanza los 2 Mill. € y la internacionalización supone el 40% de sus ventas. Venden en más de 30 países.



Facturación 2023:
4-5 Mill. €
Empleados: 30

MILAGROS CABRAL / CEO Y FUNDADORA

1/ La moda andaluza lleva ya años muy posicionada dentro del sector y en los últimos años la marca Andalucía se ha hecho aún más fuerte. Con este posicionamiento las empresas andaluzas debemos buscar más sinergias entre nosotras, que nos ayuden a tener más presencia internacional. Tenemos un producto diferencial y valorado en el mercado y tenemos que trabajar para que sea mucho más conocido.

2/ Veo a una empresa con un alto componente internacional y que ya no será solo referente en España sino en otros mercados y no solo europeos. Veo a mi empresa siendo un referente en países como México.

La firma gaditana tiene 3 tiendas (Trebujena, Sanlúcar de Barrameda y Sevilla) y su actividad de ecommerce abarca Bélgica, Francia, Portugal e Italia.



Facturación 2023:
2,90 Mill. €
Empleados: 47

JUAN CARLOS RAMOS PICCHI Y JAVIER AYALA / SOCIOS FUNDADORES

1/ La moda andaluza está en un gran momento. Hay que destacar marcas como Silbon, Scalpers o Álvaro Moreno, que lo están haciendo muy bien, han conquistado ya toda España y poco a poco se les empieza a ver en el extranjero. Son todo un ejemplo de que desde Andalucía se hacen muy bien las cosas.

2/ Nuestra empresa está ahora mismo en pleno crecimiento. Con los calcetines seguimos abriendo nuevas tiendas y con los coleccionables el año que viene, además de repetir haciendo nuevas colecciones en diferentes puntos de Andalucía, queremos probar con las Semanas Santas de otras regiones de España y diferentes fiestas para seguir creciendo. Por otro lado, tenemos nuevos proyectos de cara a las próximas navidades con los que queremos sorprender de nuevo.

8 tiendas físicas, 4 de ellas en Sevilla y una en cada una de las siguientes ciudades: Cádiz, Córdoba, Granada y Jerez de la Frontera. En Black Friday y Navidad, montan 5 corners en centros comerciales.



Facturación 2023:
1 Mill. €
Empleados: 9

ANTONIO FAGUNDO / CEO

1/ La moda andaluza se encuentra en el mejor estado de salud de toda su historia. Desde los diseños prêt-à-porter, la moda flamenca y la zapatería, añadiendo la moda infantil, la nupcial, la de fiesta y los complementos elaborados en Andalucía. Las marcas andaluzas cada vez son más conocidas y usadas en todo el mundo, posicionándose como marcas de referencia.

2/ Nuestros zapatos son un referente nacional en el sector del calzado y en el del calzado con altas. Y así seguirá siendo, afianzándose en los mercados como una marca de confianza. Veo a Masaltos.com como una empresa cada vez más sostenible, digitalizada y orientada a la inteligencia artificial, pero también cada vez más responsable con el bienestar social y ambiental.

La firma solo tiene una tienda física, puesto que su actividad de ecommerce representa el 95% de su facturación. Exporta el 70% de su producción a más de 120 países.

Otros rostros de la moda andaluza



TISCAR ESPADAS

Acaba de recibir el prestigioso premio Vogue Fashion Fund 2024. La creativa jienense ha conquistado el mundo de la moda masculina gracias a sus diseños inspirados en la artesanía tradicional y cortados según la sastrería más purista, convirtiéndose en referencia nacional e internacional, especialmente, en Japón y Taiwán. tiscarespadas.com



ÁLVARO MORENO

La sede de la firma se ubica en Osuna (Sevilla), donde están centralizadas las áreas de venta, logística y organización de puntos de venta. Cuentan con 64 tiendas en 34 ciudades y 16 corners en ECI. La firma prevé su expansión de retail, a nivel nacional e internacional, en las principales ciudades europeas, donde hasta ahora opera a través del comercio electrónico. Cerró 2023 con una facturación de más de 117 Mill.€. www.alvaromoreno.com



MARISA Y OLGA GUTIÉRREZ CANO MATILDE CANO

Marisa y Olga Gutiérrez Cano, las dos hijas de Matilde Cano y actuales directoras creativas de la firma, han asumido hace unos años la dirección total de esta empresa familiar que tuvo sus comienzos en 1976. Su red de distribuidores se extiende por toda Europa, Moscú o Camerún. Sus 'Matildos' llegan a países de Oriente Medio, Ecuador, EEUU o Japón. Tienen tiendas en Córdoba, Sevilla y Málaga y vips stores por toda España. www.matildecano.es



NABIL SALAH / HARPER&NEYER

La firma de ropa de hombre malagueña prepara la incorporación de nuevas líneas de moda infantil, sastrería y lencería. Cerró 2024 con un crecimiento en su facturación del 45% (15 Mill.€) y cuenta con 70 empleados. En diciembre de 2024, celebró su primer Fashion Show en Málaga. Tiene 7 tiendas propias y más de 33 espacios monomarca, 400 puntos en canal multimarca y 25 corners en El Corte Inglés. www.harperandneyer.com



CARMEN DE LA PUERTA / VOGANA

Las telas y demás materias primas con las que confeccionan sus diseños están fabricados íntegramente en España. Ha abierto su primera tienda en Madrid y tiene un 'showroom' en Sevilla. Su próximo hito será vestir a las invitadas portuguesas y, posteriormente, llegar a Francia. www.vogana.es



ALEJANDRA PEÑA / AMAZONIA

Esta ingeniera agrónoma diseña chaquetillas a partir de la restauración de trajes de luces antiguos, poniendo en valor la artesanía, la cultura y la tradición. Recibe pedidos de toda España, Italia, Portugal, Francia, México, Colombia y Estados Unidos. [@amazoniasevilla](https://www.instagram.com/amazoniasevilla)



ALICIA DÁVILA & MIRO TABOADA / MIPHAI

Fundada en 2018 por Miro Taboada y Alicia Dávila, diseñadora de la firma. Su producción está centralizada en Málaga y Madrid, donde opera con varios talleres tanto propios como de terceros. Actualmente, el mercado internacional copa el 50% del total de las ventas. Tienen tiendas en Sevilla, Málaga y Madrid. www.miphai.com



LOLA JIMÉNEZ / PANAMBI

En 2010, comenzó su andadura junto a su hermana Angy esta marca de moda y complementos de mujer. Inspirada en las tendencias internacionales, conservando su raíz andaluza. Tienen tiendas en Sevilla, Madrid y Valencia. www.panambicollection.com



FERNANDO Y BEATRIZ CLARO CLARO COUTURE

La firma cuenta con más de 40 años de alta costura española & el prêt-à-porter exclusivo para mujer. Fernando Claro y su hija Beatriz, internacionalmente conocidos, han acompañado a las celebrities, influencers, actrices y cantantes más importantes del país. Tienen tiendas en Madrid y Sevilla. www.fernandoclaro.com



MOISÉS NIETO

Ganador, entre otros, del prestigioso premio Vogue Who's On Next y el Premio Nacional de Moda al nuevo valor. Une innovación y artesanía, sostenibilidad y vanguardia convirtiéndose en un referente para la nueva generación de creativos. Apuesta por el uso de materia prima 100% hecho en España. Tiene tienda en Madrid y vende sus prendas a nivel internacional mediante su canal on line y multimarca. www.moisesnieto.com



ANTONIO Y FERNANDO GARCÍA ANTONIO GARCÍA

La firma sevillana de los hermanos Antonio y Fernando García cumple 25 años en el sector de la moda. Reconocida con dos Premios Goya a mejor vestuario en sus participaciones en el cine. Apuesta por diseños de calidad que rompan con la estacionalidad y cuenta con un atelier en Sevilla. www.antonioyfernandogarcia.com.es



Cada hogar que
construimos tiene una
historia que contar:
la tuya



GRUPO
ROSMARINO

AQUÍ TIENES TU NUEVA CASA



escanéame

www.rosmarino.es

Andalucía lidera el sector de la piel nacional

La región es la que más empresas cuenta con 516 industrias que suman 2.433,9 millones de euros de facturación. Municipios como Ubrique, en Cádiz, y Valverde del Camino, en Huelva, son grandes polos productivos

Isabel G. Suero

SEGÚN datos ofrecidos por la Fundación Centro Tecnológico de la Piel de Andalucía (Movex), ubicado en Ubrique (Cádiz), Andalucía sigue siendo la comunidad que cuenta con mayor número de empresas en la industria de la marroquinería en España en el año 2023. En concreto, la región andaluza registró 516 empresas, que suponen el 31% del total de empresas registradas. En el ejercicio 2023, se registró un incremento de la producción del 7,50% alcanzando la cifra de 2.433,9 millones de euros de facturación.

Tal y como explican, “gran parte de la recuperación de la producción se debe al incremento de la demanda externa, especialmente en la Unión Europea. La producción de artículos de gama alta ha crecido porcentualmente del 46,20%, al 47,38%.

En lo que respecta a los artículos producidos, los bolsos siguen siendo los de mayor producción alcanzado los 1.509 millones de euros y suponen el 62% de la producción total. La pequeña marroquinería ocupa el segundo lugar alcanzando una cifra de

producción de 316,40 millones de euros, que supone el 13% del total. Los cinturones en el tercer lugar de la tabla con una cifra de producción de 267,72 millones de euros con el 11% sobre el total de la producción en 2023. La confección de prendas de cuero en 2023 supuso el 6% de la producción con una cifra de 146,03 millones de euros. Los artículos de viaje con una cifra de producción de 48,67 millones de euros suponen el 2% de la producción. Por último, se sitúan los guantes, con una cifra de 24,33 millones de euros y representan el 1% de la producción.

La ubicación de la Fundación Centro Tecnológico de la Piel de Andalucía en Ubrique no es casual. No en vano, en la Sierra de Cádiz, siendo Ubrique su principal epicentro, existe una gran concentración de artesanos y fabricantes de marroquinería que albergan un *know-how* que se remonta a generaciones de siglos pasados. Esto ha propiciado que desde hace varias décadas grandes firmas internacionales de la moda y el lujo hayan confiado en las empresas marroquinerías de la sierra ga-



ditana para fabricar sus productos, haciendo que el *made in Ubrique* sea sinónimo de calidad, seguridad y confidencialidad.

En cuanto al número de empresas que lo componen, sólo en Ubrique, existen más de 200 altas en el IAE relacionadas con la actividad marroquinera, cifra que sube por encima de los 350 si contamos con el resto de poblaciones de la comarca de la sierra de Cádiz, con Prado del Rey en segunda posición, después de Ubrique. En estos municipios, existen empresas principalmente proveedoras de servicios para las empresas matrices ubriqueñas. El sector genera unos 3.500 empleos directos y más de 5.000, si incluimos los indirectos.

Movex

Movex se constituye como fundación privada sin ánimo de lucro en 2006, siendo incluida en el siste-

ma andaluz de agentes del conocimiento poco después. En 2026, cumplirá su 20 aniversario. El objetivo principal es la dinamización del sector de la piel a través de la innovación.

Entre los servicios que ofrece el centro se encuentran la búsqueda y contacto con proveedores, colaboradores y artesanos; *coaching* en el desarrollo de prototipos, muestras, organización y producción de la colección de accesorios de moda y otras piezas u objetos en piel; seguimiento y control de calidad de proyectos; y programas de asesoramientos, cursos, conferencias, jornadas. En cuanto a los proyectos de innovación, Movex desarrolla los siguientes:

- Proyecto europeo Learning Factories: que tiene prevista la visita de técnicos de los países participantes en marzo.

- Proyecto de análisis del potencial de los residuos generados por la industria

Sólo en Ubrique, existen más de 200 empresas de marroquinería, cifra que supera las 350 si contamos con el resto de poblaciones de la sierra de Cádiz

para su aprovechamiento – reciclado– economía circular, en colaboración con la Asociación sectorial Asopiel, la Universidad de Cádiz, y el gremio de curtidores de Igualada.

- Proyecto 'I love bags: a question of leather' en colaboración con la Diputación de Cádiz. El objetivo es dar a conocer el sector y hacer de la piel un material más atractivo y eliminar ciertas connotaciones negativas que ha adquirido con el tiempo con la aparición de ciertos materiales eco, bio o vegano que usan más componentes químicos; suelen tardar más en descomponerse; y su vida útil es menor.

- Ubikate en Ubrique. Proyecto de sensibilización y apoyo al emprendimiento, en colaboración con la Confederación de Empresarios de Cádiz, la Diputación de Cádiz y los cuatro centros de educación secundaria de Ubrique.

- Leather & Wines. Proyecto de generación de un canal de diálogo y generación de oportunidades con el sector del vino gaditano.

- Transferencia de conocimientos: en 2024, han organizado jornadas, talleres

y conferencias sobre inteligencia artificial, patronaje y materiales de última generación, sobre nuevas técnicas –bonding– y encuentros con escuelas de diseño europeas y nacionales.

- Leather Connection: trata de conectar a disciplinas creativas diferentes del sector moda con el de la marroquinería (decoración, interiorismo, cocina y restauración, automóvil, eventos...).

La Asociación de Empresarios de la Piel de Ubrique (Asopiel) es la organización empresarial provincial creada en 2018 que defiende los intereses de las empresas del sector de la piel e industrias afines. Forman parte de Asopiel las empresas Artilab 2014, Adana, Avana Piel, Betangible, Cache 1998, Carla Sade, Cima International Leather Goods Manufactures, De la Espiga Difusión, De Piña, Dimopel, Herederos de J. Pazos Marroquinerías, Invercumbre, JPF Artesanos, L Domort, MCM, Olga Godoy, Paco Bazán, Pérez Álvarez, Piel Factory Ubrique, Piñavall, Ranchel Moda, Real Leather Studio, Lucrin, Víctor y Galindo Marroquinos. ■



Valverde del Camino

La localidad onubense de Valverde del Camino es otro referente andaluz en el sector de la piel. La producción de calzados en Valverde del Camino ha determinado la situación socioeconómica del pueblo de los últimos siglos y su desarrollo como polo productivo. Desde el siglo XVIII, la ganadería se convirtió en la actividad principal del pueblo y propició el desarrollo de múltiples actividades artesanales ligadas al tratamiento y uso de pieles. En Valverde, se especializaron curtidores, guarnicioneros, talabarteros, zapateros y otros artesanos de la piel.

Hoy, la Asociación Provincial de Industriales del Calzado (Apical), creada en 1978, vela por los intereses de los artesanos del calzado y afines. En la actualidad, cuenta con 16 miembros, a los que ofrece un asesoramiento integral. La industria del calzado es uno de los pilares económicos de la localidad, empleando a unas 550 personas. Cada empresa cuenta con una plantilla media de entre 8 y 20 trabajadores.

Las marcas acogidas a la marca de garantía 'Valverde del Camino' ofrecen un calzado y producto de marroquinería artesano, fabricado a medida. El Ayuntamiento de Valverde del Camino es el titular de la marca de garantía, en colaboración con Apical. Con esta marca, están posicionando sus productos frente al intrusismo y la competencia desleal, garantizando que todo lo que se etiquete como 'Valverde del Camino' haya sido fabricado en la localidad bajo unos criterios de calidad y diseño.

Entre las empresas fabricantes acogidas a la marca de garantía se encuentran: Almoradux, Berrocal Artesanía, Artesanía del Sur, Equitación Valverde 5V, Herce Valverde, JMVC, Lazzo Boots, Lazo y Duque, Malaca, Nieves Calero, Novel y Palanco. Otros fabricantes no acogidos a la marca de garantía son: Curmar, Curtidos Valverde, Curtidos Becerro y Dakota Boots. ■



La economía sumergida tiene un gran peso en este sector, que integra a diseñadores, costureros, bordadores, artesanos y proveedores de telas y accesorios

Patricia Balbontín



La moda flamenca defiende su valor artesanal y exige un estudio oficial para conocer su impacto económico

La moda flamenca evoluciona desde hace años con la dualidad de ser uno de los capítulos más dinámicos, atractivos y creativos de la industria andaluza de la moda, dentro y fuera de nuestras fronteras, y al mismo tiempo mostrar absoluta imprecisión en términos de riqueza y empleo. La razón es sencilla: se trata de un sector muy atomizado donde impera la economía sumergida. Conocer su impacto real es asignatura pendiente.

Este ecosistema es muy variado, incluye a diseñadores, costureros, bordadores, artesanos y proveedores de telas y accesorios... Algunos se han constituido como autónomos o sociedades mercantiles, pero existen muchas costureras que en sus propios

domicilios cosen vestidos a medida y mantones o elaboran a mano complementos, y estos ingresos, al no declararse, son difícilmente cuantificables.

Para poner negro sobre blanco el impacto económico y laboral de este sector, esta primavera está previsto que se celebre el I Congreso Profesional de Moda Flamenca. El objetivo es reivindicar un estudio exhaustivo y debatir sobre los desafíos y oportunidades de esta productiva actividad. Seguro que las conclusiones van a sorprender.

El traje de flamenca tiene su origen en la colorida bata de faena de las mujeres campesinas que iban con los tratantes a la feria de ganado

Radiografía del sector

Pedro González, presidente de la asociación de moda y artesanía flamenca Qlamenteo, se atreve a calcular entre 400 y 500 empresas de moda flamenca en Andalucía. Entre ellas, “encontramos pequeñísimos talleres en domicilios personales donde una única persona diseña y cose y tiene satélites externos para forrar vestidos, hacer cancanes, etc. También hay sociedades de dos o tres personas que hacen moda flamenca y otro tipo de productos para combatir la estacionalidad pro-

pia de este sector”

En una escala superior, están grandes empresas que tienen talleres y tiendas, otras firmas que tienen tiendas multimarca de moda flamenca y, por último, la gran superficie de moda flamenca, con exponentes como Molina Moda Flamenca o Yolanda Moda Flamenca. Estas últimas ofrecen un amplio muestrario y hacen prêt à porter.

El presidente de Qlamenteo matiza que la esencia de la moda flamenca en España es el traje regional, en detrimento del vestuario para baile flamenco, aunque algunos diseñadores toquen ambos palos.

El traje de flamenca tiene su origen en la colorida bata de faena de las mujeres campesinas que iban con los tra-

tantes a la feria de ganado, germen de la Feria de Abril de Sevilla. Las mujeres de la burguesía sofisticaron este atuendo y en la Exposición Universal de 1929, el traje de flamenca se erigió como la vestimenta oficial para ir a la Feria “La industria comienza desde el momento en que este traje típico se convierte en un vestido para lucir en las ferias”, indica Pedro González.

Hoy, el precio de un traje de flamenca con sus complementos oscila entre los 500 y 2.000 euros, dependiendo del diseñador o diseñadora, aunque en algunos casos puede alcanzar

frutar de sus creaciones en certámenes como SIMOF, We Love Flamenco, Moda Flamenca Único Qlamenco o FIMAF. El decano es SIMOF, Semana Internacional de Moda Flamenca, que acaba de celebrar su 30 aniversario. En su última edición ha exhibido ante más de 60.000 personas 1.625 trajes en un total de 47 desfiles, generando un impacto estimado de 19 millones de euros.

Lo creó la empresaria Raquel Revuelta junto a Pedro González para dar visibilidad a las costureras y modistas que trabajaban en los talleres. Lo que no se

andaluzas, principalmente la Feria de Abril de Sevilla y el Rocío, son el mejor escaparate de la moda flamenca, que también se vende en ciudades como Madrid, Barcelona y Valencia.

Internacionalización

A nivel de internacional, se exportan fundamentalmente productos relacionados con la industria del baile flamenco y Japón es el destino por excelencia.

Según un estudio de Andalucía TRADE, este país es la segunda potencia mundial del flamenco debido a la penetración del

Expectativas

El sector vive un momento álgido, recuperado ya del duro golpe que le asestó la pandemia. No obstante, Pedro González señala que aquella coyuntura “vino muy bien para despertar creativities, porque impulsó a muchos diseñadores a diversificar hacia otras líneas como madrina, novia o infantil. Además, hubo muchas ayudas y ninguna empresa desapareció definitivamente”.

Este profesional puntualiza que en el sector hay dos tipos de agentes: los creativos que innovan



Esta primavera se va a celebrar el I Congreso Profesional de Moda Flamenca. El objetivo es reivindicar un estudio exhaustivo del sector y debatir sobre sus desafíos y oportunidades



los 4.000 euros y considerarse un artículo de lujo.

Los diseñadores top en este universo de volantes, mantones y peinetas son Rocío Peralta, Lina, Delia Núñez, Aurora Gaviño, Juana Martín, Ángeles Verano, Pablo Retamero, José Hidalgo, Asunción Peña, Lourdes Montes (Mi Abril), Sara de Benítez, Rocío Osorno, Leandro Cano o Pol Núñez. En complementos, triunfan los mantones artesanales de Foronda y Ángeles Espinar, el calzado de Almoradux, Dorantes Harness y Sombrerería Miranda y Artesanía Carvajal.

Cada año podemos dis-

imaginaban es que este evento ha supuesto un revulsivo para la industria de la moda flamenca al sacar de la economía sumergida a muchos agentes del sector que necesitan darse de alta en la Seguridad Social si quieren estar en SIMOF. “Este certamen ha sido un revulsivo, ha convertido a un sector pujante en moda”, reconoce González.

También en Sevilla, por las pasarelas de We Love Flamenco han desfilado este año más de 1.200 diseños inéditos de hasta 70 creadores ante una audiencia de más de 15.000 personas.

Las ferias y romerías

baile y cante flamenco en la cultura nipona, con más de 600 academias.

EE.UU. es otra plaza importante para el sector, ya que acoge numerosos espectáculos y se están consolidando asociaciones o academias y estudiantes de flamenco. Y el tercer mercado es China, que cuenta con diversas academias y una creciente demanda de artistas españoles para la realización de *workshops* o talleres de flamenco. Asimismo, existe una demanda sin cubrir en el segmento del calzado de flamenco importado.

y aportan conocimiento, y los que los copian. “La Administración debería hacer campaña para luchar contra la piratería y las falsificaciones de poca calidad, para salvaguardar así la artesanía andaluza”, sentencia.

Respecto a las expectativas, el presidente de Qlamenco lo tiene claro: “El talento es lo que hace que la moda se regenere, se nutra. Si tienes talento las armas las vas a encontrar. El secreto es seguir estudiando, viajar, aprender... Hay que volver a la artesanía más pura, que poco a poco se va perdiendo.” ■

Fuente Palmera: el pueblo de las novias

El municipio cordobés ha sido conocido por el carácter emprendedor de sus habitantes y esta localidad de sólo 11.000 habitantes se ha especializado en la organización de bodas

Isabel G. Suero

FUENTE Palmera es conocido por la venta de productos y servicios relacionados con el sector nupcial. El municipio cordobés viene siendo referente desde hace más de 40 años por la venta que realizan profesionales del sector textil, de vestidos de novia y de toda la moda que rodea la celebración de la boda: trajes de novio, madrina, fiesta, acompañantes, arras, etc. Se ha generado y afianzado en Fuente Palmera un número importante de empresas textiles dedicadas a este sector. Entre las principales de moda nupcial se encuentran **Higar Novias; María Bolancé; Sara Ostos; y Aguilar Novias.**

Además, en el municipio, se pueden encontrar otros artículos y servicios para bodas (joyería, tocados, complementos, calzado, catering, fotografía, agencias de viajes, decoración...), de ahí su especialización.

Fuente Palmera ha sido conocido por el carácter emprendedor de sus habitantes y esta localidad se ha especializado en la organización de bodas, por eso es conocido como el pueblo de las novias.

Según datos ofrecidos

por la Asociación Empresarial de la Colonia de Fuente Palmera, la industria textil colona vende entre 70.000 y 80.000 trajes de fiesta anuales y más de 8.000 trajes de novia, por lo que se ha convertido en la industria más importante del municipio, dando empleo directo a más de 300 personas a los que hay que sumar los empleos generados por otras empresas relacionadas con el sector.

La localidad acoge cada año la feria Fuente Palmera de Boda que inició su andadura en 2005 como feria monográfica, donde se

El sector nupcial de Fuente Palmera genera una facturación anual de 15 millones de euros propiciando más de 300 empleos directos

muestran en pocos días los artículos relacionados con el sector. Se celebra coincidiendo con el primer fin de semana de octubre. Este año, tendrá lugar su XVIII edición, prevista para los días 2, 3, 4 y 5 de octubre.

La feria se desarrolla en la Plaza Real del municipio y las calles comerciales a modo de centro comercial abierto. Sus calles se decoran con moqueta fucsia y



velos blancos, ofreciendo la oportunidad al visitante de disfrutar de un espacio vivo y activo, donde las empresas del sector muestran sus productos en más de 3.000 m² dedicados al mundo de la boda.

Una de las protagonistas de esta feria es la pasarela profesional que se instala en la Plaza Real, donde desfilan las casas de novia, trajes de novio, de fiesta, arras, moda flamenca nupcial, moda infantil..., así como los diseñadores y fabri-

cantes del municipio.

La Asociación Empresarial de la Colonia de Fuente Palmera organiza desde sus inicios la feria, junto con el Ayuntamiento de Fuente Palmera, la Diputación de Córdoba, la Junta de Andalucía y otros patrocinadores.

El sector nupcial colono genera una facturación anual de 15 millones de euros y genera más de 300

empleos directos. En 2024, las empresas del sector del municipio exportaron a un total de 54 países.

En un análisis más profundo sobre el sector, desde la Asociación Empresarial de la Colonia de Fuente Palmera enumeran las siguientes debilidades: competencia de grandes marcas, dependencia de la estacionalidad –la mayoría de bodas se celebran en ciertos meses del año– y la digitalización del sector nupcial –cada vez, más parejas utilizan internet para organizar su boda–.

En cuanto a las amenazas, destacan las continuas crisis económicas; y el cambio en las preferencias de los consumidores, por ejemplo, la tendencia a hacer bodas más informales.

En relación a las fortalezas del sector nupcial colono, destacan la tradición en el diseño; la calidad artesanal; el trato personalizado; y la especialización de la zona en moda nupcial.

Y en materia de oportunidades, citan el interés por las bodas personalizadas y la sostenibilidad, lo que podría atraer a nuevos públicos. ■



El auge de la formación en moda: una necesidad para un sector en evolución

Francisco Valderrama

Director general de ESSDM

Centro de Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

El mundo de la moda ha experimentado una profunda transformación en las últimas décadas. Ya no se trata solo de tendencias pasajeras o de la creatividad de unos pocos diseñadores visionarios, sino de un sector consolidado con una creciente demanda de profesionales altamente cualificados. En este contexto, la formación especializada en diseño de moda se ha convertido en un pilar fundamental para garantizar la evolución y competitividad de la industria.

El creciente interés por cursar estudios de moda no es casualidad. La globalización, el auge del comercio electrónico y la digitalización han ampliado las oportunidades laborales en este campo, generando la necesidad de contar con perfiles preparados para afrontar los desafíos de un sector cada vez más exigente. Desde diseñadores hasta gestores de marca, pasando por patronistas, estilistas y expertos en sostenibilidad, la moda es hoy un ecosistema que requiere formación específica y una visión innovadora.

En España, la moda es un motor económico de gran relevancia. Según datos del sector, la industria textil y del diseño representa una parte significati-

va del PIB y genera miles de empleos directos e indirectos. Sin embargo, para mantener su competitividad en el mercado global, es imprescindible apostar por la formación y la profesionalización. Aquí es donde centros educativos de referencia como la Escuela Superior Sevilla de Moda (ESSDM) desempeñan un papel clave.

ESSDM se ha consolidado como una de las instituciones de formación en di-



seño de moda y diseño gráfico más prestigiosas de Andalucía y de España. Su modelo educativo se distingue por una metodología práctica y enfocada en la empleabilidad del alumnado. Más allá de ofrecer una enseñanza académica, ESSDM prepara a sus estudiantes para integrarse con éxito en la industria, fomentando el emprendimiento y el desarrollo de proyectos propios.

La oferta formativa de ESSDM es amplia y diversa, abarcando distintos niveles de especialización. Entre sus titulaciones oficiales destacan los Grados Universitarios en Diseño de Moda y Diseño Gráfico, programas de cuatro años que proporcionan una base sólida para los futuros profesionales del sector. Además, la escuela ofrece formación profesional dual en áreas como Patronaje y Moda, y Vestuario a Medi-

mación integral en el sector de la moda. Asimismo, su Instituto de Posgrados ofrece másteres en Dirección y Gestión de Empresas de Moda, Estilismo de Moda y Dirección Artística, y Artesanía y Moda, junto con diplomas de especialización en áreas clave como Alta Costura, Sombrerería Artesanal y Bordados.

A esto se suman sus Cátedras Internacionales de Moda Flamenca y de Artesanía y Moda, que refuerzan la vinculación de la escuela con la investigación, la innovación y la difusión del diseño más allá de nuestras fronteras.

La formación en moda ya no es una opción secundaria, sino una necesidad para garantizar la competitividad y sostenibilidad del sector. Escuelas como ESSDM demuestran que una educación de calidad no solo impulsa el talento, sino que también fortalece la industria, generando oportunidades y fomentando el crecimiento de nuevos profesionales. El diseño de moda y gráfico son, sin duda, ámbitos con futuro, pero requieren una preparación adecuada. En un mundo donde la imagen, la creatividad y la innovación son clave, contar con formación especializada marca la diferencia entre el éxito y la improvisación. ■

Bajo el paraguas del Plan CRECE Industria, la Junta de Andalucía está desarrollando una batería de acciones con el objetivo de reforzar y modernizar la actividad en las fábricas textiles, de cuero y calzado

Patricia Balbontín



Impulso a las capacidades tecnológicas, logísticas y comerciales de la industria textil andaluza

La cadena de valor de la industria de la moda se enfrenta a ciertos desafíos que condicionan su competitividad. El sector, bastante atomizado y dominado por micropymes y autónomos, necesita abordar la modernización industrial para mejorar su productividad, encontrar sinergias entre los subsectores textil, del cuero y calzado, aprovechar las ventajas de la digitalización de los procesos, impulsar las ventas y contar con profesionales formados y cualificados.

El número de negocios vinculados a actividades textiles, de confección de prendas de vestir y del cuero y del calzado no ha dejado de crecer desde 2013, según indican los datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía IECA, 2013-2020. De esta manera, en 2020 se registraban 810 locales de industria textil, 1.367 de confección de prendas de vestir y 406 ligados a la industria del cuero y del calzado. A nivel nacional, el

sector contaba en esa fecha con 19.601 empresas. En términos de empleo, algo más del 56% de estos establecimientos no tiene asalariados, mientras que el 92% cuenta con menos de 10 trabajadores.

Esta débil estructura empresarial supone una amenaza para la competitividad del sector. Por eso, todos estos negocios están en el foco del Plan de Acción CRECE Industria 2021-2022, que ha diseñado la Junta de Andalucía para impulsar el fortalecimiento y crecimiento de la cadena de valor industrial textil, del cuero y del calzado, así como su circularidad, eficiencia energética, digitalización y comercialización.

Las numerosas acciones previstas en el marco de esta estrategia se clasifican en cuatro grandes objetivos. Uno es el incremento de la productividad mediante la mejora de los procesos productivos y reducción de la huella de carbono.

La industria textil debe

avanzar hacia la neutralidad en las emisiones de CO₂, el fomento de la economía circular, la mejora de la eficiencia energética y el aprovechamiento de las energías renovables.

El segundo objetivo contempla la digitalización de la producción y modelos de negocio basados en la Industria 5.0: costura digital, fabricación aditiva, diseño e impresión en 3D, la monitorización de las operaciones y sensorización de máquinas y procesos, o las nuevas tecnologías para la gestión de almacenes y el control de inventarios.

En tercer lugar, se aspira a la promoción del capital humano y la calidad del empleo, a través de la formación y el fomento de oficios relacionados con la confección textil, de cuero o calzado, la certificación profesional, de calidad y de huella ambiental de los productos.

Finalmente, el cuarto objetivo pone el foco en la expansión comercial e internacional mediante la prospección comercial, la

cooperación empresarial, y la apertura de nuevos canales de distribución en los principales mercados. El diseño, la calidad, y la sostenibilidad ambiental y social deben ser valores diferenciales de los productos andaluces.

La materialización del Plan Crece en la industria de la moda contempla 50 millones de euros en inversiones: 12 millones de fondos públicos y 38 inducidos. Adicionalmente, se pondrá en marcha un instrumento de garantías a través de SGR para financiar líneas de apoyo a las pymes por valor de otros 12 millones de euros.

Esta actitud proactiva impulsará la modernización, optimización de los procesos y digitalización del sector, orientándolo hacia nuevos modelos de negocio que a su vez afiancen las buenas prácticas ya emprendidas. En definitiva, acelerará el crecimiento del sector textil, del cuero y calzado en solvencia, dimensión, calidad y valor para la sociedad. ■

FORTALEZAS

- # Experiencia de las empresas del sector en su integración en los mercados internacionales.
- # Alta capacidad y de adaptación laboral, compromiso y talento de las personas: tras la crisis, muchas empresas han conseguido vincular y retener personal clave cualificado.
- # En el modelo de negocio artesanal, una buena relación y oferta de proveedores que les permite trabajar con mínimo stock de materiales y componentes, y la calidad del servicio y cercanía en la atención personalizada, como elemento de alta valoración por parte de ciertos segmentos de clientes.
- # Imagen de marca consolidada en el ámbito de la marroquinería de Ubrique y el calzado de Valverde del Camino.
- # Existencia de centros tecnológicos con un amplio recorrido en el impulso de proyectos sectoriales.
- # Sensibilidad estética y adecuados trabajos de presentación del producto (dentro de las posibilidades de cada empresa).
- # El sector textil y de confección presenta un porcentaje de empresas con actividad innovadora sobre el total de empresas del sector superior a la media del conjunto de la industria.
- # Facilidades de acceso al sector, sin que existan barreras significativas de entrada.
- # Existencia de empresas con un esmerado cuidado en las calidades y correctos acabados del producto.
- # Amplia experiencia y casos de éxito en el modelo cooperativo de organización empresarial, con alta presencia de la mujer.

OPORTUNIDADES

- # Nueva política industrial europea que centra su atención en los ecosistemas industriales, teniendo en cuenta a todos los actores de las cadenas de valor.
- # Integración de cadenas estratégicas europeas intensivas en mano de obra.
- # Creciente interés de la sociedad por la moda y por la imagen personal, unido a un crecimiento de las clases medias en los países emergentes.
- # Reducción de las barreras de la movilidad que facilita la comercialización de los productos textiles, de cuero y calzado.
- # Cierta capacidad de consumo en determinados mercados, así como auge de la moda rápida.
- # Nuevos nichos de mercado, como la «slow fashion» o la implantación de aplicaciones novedosas y eficientes, que conlleva a la aparición de tiendas online.
- # Clientes cada vez más exigentes que requieren productos textiles, de cuero y calzado de alta calidad.
- # Alto nivel de penetración social de TICs (incluidas las de uso de dispositivos móviles -tablets y smartphones-) para todo el ciclo de compra (inspiración, información, valoración, compra y mantenimiento de la relación).
- # Marco europeo, nacional y regional que favorece la simbiosis industrial.
- # Creciente disponibilidad y reducción de precios en tecnologías de aplicación a procesos (maquinaria específica), sistemas asistidos de diseño y comercio electrónico.
- # Creación de diferentes canales de distribución e incremento de la demanda de calzado en países emergentes.

DEBILIDADES

- # Menor intensidad en los principales factores que impulsan la productividad: intensidad de innovación, peso de la gran empresa y capital productivo.
- # Falta de seguridad jurídica vinculada con la complejidad del marco normativo relativo o con incidencia en el desarrollo de la actividad industrial.
- # Productos con una alta elasticidad de precio de la demanda.
- # Débil puesta en valor del hecho diferencial (producto artesanal, origen local y su impacto en la economía del territorio, etc).
- # Aún escasa conexión entre centros de conocimiento y de formación con el sector, con gran margen de desarrollo de la FP dual por aprovechar, que muestra la necesidad de una formación adaptada a los retos a abordar, incluyendo su digitalización.
- # En el modelo de negocio artesanal, la alta dependencia del propietario, la falta de personal especializado-sistemas productivos artesanales-pone en riesgo una actividad crítica del modelo de negocio, y las tareas de diseño e innovación no atendidas de forma sistemática ni por personal especializado.
- # Pequeño tamaño de las empresas y por tanto reducido gasto privado en investigación y mayor dificultad para acceder a mercados internacionales.
- # Condiciones laborales que, en determinados casos, se encuentran por debajo de la media salarial sector/país, que provoca fuga de talento y mano de obra cualificada.
- # Sector especialmente expuesto a los cambios en la actividad económica con una estructura de precios muy sensible a las oscilaciones de los precios de los productos básicos.

AMENAZAS

- # La expansión de las marcas blancas e imitación de marcas de ropa, que se puede contrarrestar, al menos parcialmente, mediante iniciativas como el pasaporte digital de la ropa: trazabilidad y certificación.
- # Alta intensidad energética y de emisiones de la industria que la sitúa más débilmente frente a los altos precios de la energía y su volatilidad, así como existencia de costes energéticos superiores a la media que se soportan en países que son competidores directos, sobre todo en las actividades más expuestas a la competencia internacional.
- # Éxodo de talento a otros territorios en busca de oportunidades laborales o fuera del sector industrial.
- # Crecientes requerimientos normativos (marco regulatorio, marco fiscal, tramitaciones, etc.) muy difíciles de atender por parte de microempresas sin estructura.
- # Deslocalización industrial a otros países, en algunos casos que cuentan con unos requerimientos ambientales o laborales menos exigentes.
- # Aplicación de las diferentes normativas existentes en cada país., como barrera al desarrollo de la internacionalización del sector.
- # Aumento de la intensidad de la competencia en países con diferente cultura y posición frente a los derechos de los trabajadores y el respecto al medio ambiente.
- # Consumo altamente dependiente del ciclo económico.
- # Elevado número de competidores.
- # Altos costes en referencia a las materias primas necesarias para la fabricación textil.

Fernández y Roche



La firma Fernández y Roche lleva fabricando sombreros desde 1885. Por tanto, este 2025 hace 140 años que la empresa lleva cubriendo las cabezas de los clientes más exigentes del mundo desde su fábrica en Sevilla. En esta fábrica se producen sombreros de todo tipo: panamás, sombreros para azafatas de líneas aéreas, sombreros de fieltro de lana, de fieltro de conejo, sombreros regionales... Pero donde Fernández y Roche es uno de los líderes mundiales es en la fabricación de sombreros para la comunidad judía ortodoxa, lo que significa ser proveedor del mercado más exigente del mundo en términos de calidad del producto. Eso hace que la mayor parte de la actividad de la compañía se dedique a la exportación, concentrando alrededor del 85% de la facturación, concretamente en Estados Unidos e Israel, que es donde residen la mayor parte de judíos ortodoxos del mundo. Otros países donde exportan productos son Qatar, Inglaterra o Japón.

En 2024, la compañía facturó unos 8,5 millones de euros, con una plantilla media de unas 60 personas. En la actualidad, Fernández y Roche se encuentra inmersa en un plan estratégico a 5 años que prevé alcanzar una facturación de unos 14 millones en 2028. Para ello, entre 2023–2028 se van a ejecutar inversiones orientadas al incremento de capacidad y la optimización de costes. Para alcanzar esas cifras de facturación se prevé ganar cuota con nuevos productos para judíos ortodoxos, sombrero cowboy, gorras textiles de alta calidad y una apuesta por la internacionalización de la marca propia. ■



Zerimar

ZERIMAR es una marca española de gran tradición, ubicada en la localidad de Campillos (Málaga). Desde su fundación en 1942, fabrica y comercializa todo tipo de productos en piel, con una importante conciencia de calidad, tanto en el acabado como en la elección, por los mejores expertos, de la materia prima de los productos. Zerimar fabrica desde prendas de piel y pelo, hasta calzado, bolsos y demás accesorios de moda, tanto para hombre como para mujer. Ofrecen productos de alta calidad que envían a toda Europa e internacionalmente. ■



Noon Spain



NOON es una empresa de moda sevillana, dirigida a la generación Z y millennials. Su misión es escuchar al público más joven y darles lo que necesitan para expresarse. Sus prendas se fabrican en talleres locales de Andalucía y Cataluña, fomentando la economía circular y el consumo responsable. La firma está ganando impulso tanto a nivel nacional como internacional, con ambiciosos planes de crecimiento. En 2023, registró un aumento del 26% de sus ingresos, alcanzando 18 millones de euros. Cuenta con una plantilla de 180 trabajadores y tiene un total de 22 puntos de venta. ■

Grupo Mayoral

LA historia de Grupo Mayoral comienza hace más de 80 años en un pequeño taller dedicado a la confección de calcetines y medias en Yunquera, un pueblo de la Serranía de Ronda (Málaga). Tras la guerra civil española, en 1941, la actividad se retoma en Málaga, donde se instala una de las primeras máquinas de tricotar a mano. En 1966, toma la dirección de la empresa Rafael Domínguez de Gor, hijo del anterior presidente. Actualmente, la sede continúa en Málaga capital, bajo la presidencia de Manuel Domínguez de la Maza, hijo de Rafael Domínguez de Gor.

El Grupo Mayoral es ya un conjunto de empresas dedicadas al diseño, la fabricación, la comercialización y la distribución de moda infantil y de adulto, con un total de cuatro marcas: Mayoral y Abel & Lula –moda infantil–, Boston –moda hombre– y Hug&Clau –moda mujer–. Desarrolla su venta *on line* en

una veintena de mercados y cuenta con más de 350 tiendas, principalmente de la marca Mayoral, tanto en España como en otros mercados internacionales. Cuenta con tiendas propias en España, Italia, Portugal, Grecia, Polonia, Francia, Rumanía, México y Chile; y con franquicias en países como Ecuador, República Dominicana, Panamá, Venezuela, Qatar, Líbano, Kuwait, Austria o Malta. Asimismo, cuentan con filiales comerciales en una veintena de países, la última en ser inaugurada Marruecos.

En 2025, seguirán ampliando la red de *comers* de El Corte Inglés en España y de Galeries La Fayette en Francia. La apertura más próxima se realizará en Nantes. En total, prevén unas 15 aperturas de tiendas propias, entre nacionales e internacionales, para primer semestre de 2025. También está prevista la apertura de nuevas franquicias en diferentes mercados, la más próxima en Azerbaiján. ■



Sonia Peña

CREADA en 1986, la firma malagueña Sonia Peña nace para crear moda que refleje el estilo de una mujer elegante, segura y actual. La empresa se dedica al diseño, producción y comercialización al por mayor y al por menor de prendas de vestir femeninas para cocktail, madrina y eventos. La compañía, que cuenta con 34 empleados, facturó en 2024 un total de 4.007.719 euros, exportando 2.409.740€ –el 70%– a países como Alemania, Arabia Saudí, Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Camerún, Canadá, Croacia, Ecuador, Eslovaquia, Francia, Gabón, Grecia, Guatemala, Países Bajos, Hungría, Irlanda, Israel, Italia, Libia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Mozambique, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Congo, Rumanía, Suiza y Estados Unidos. Actualmente, la firma está invirtiendo en el canal retail por valor de 1.800.000 euros. ■



Carla Sade

DESDE sus principios en 1989, Carla Sade ha experimentado una gran aceptación de sus colecciones a nivel internacional por sus diseños de bolsos. La firma fue creada en 1989 en Ubrique (Jaén) por 7 expertos artesanos. Hoy es una de las mayores firmas españolas en el sector de la marroquinería. Más de 40 empleados directos y cerca de 100 trabajadores subcontratados, junto con un stock permanente de más de 150.000 pies en piel de 1ª selección y otros materiales garantizan la capacidad de Carla Sade, tanto en fabricación como en servicios. Cada uno de los artículos se hace a mano y por expertos artesanos que cuidan al máximo la calidad y el acabado de las colecciones. La filosofía de Carla Sade se basa en crear moda expresada en los diseños más actuales en bolsos y complementos hechos a mano en los mejores materiales de piel y фурнитура. Resultado de ello son los bolsos y diferentes complementos lanzados al mercado cada temporada, para primavera/verano y otoño/invierno. Un equipo de profesionales se preocupa de trazar las nuevas tendencias del mercado, teniendo en cuenta las exigencias del consumidor. ■



Más de 400 establecimientos hosteleros de Sevilla se suman a la campaña de Hostelería #PorElClima

Coca-Cola es uno de los promotores de esta iniciativa, que impulsa acciones sostenibles en bares y restaurantes

R.A.E.



HOSTELERÍA #PorElClima es una iniciativa contra el cambio climático impulsada por Coca-Cola, Ecodes, el Ayuntamiento de Sevilla y la Confederación de Turismo y Hostelería de Sevilla y Provincia. A ella se han adherido 403 establecimientos hosteleros de toda la provincia que se suman a los más de 14.180 bares y restaurantes que ya comulgan con esta propuesta en todo el país.

Su presentación tuvo lugar recientemente en Sevilla, y contó con la intervención de Beatriz Codes, directora de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de Coca-Cola Europacific Partners Iberia Área Sur. Afirmó

que “por responsabilidad, por impacto y por capacidad de acción, las compañías tenemos un papel esencial en la lucha contra el cambio climático. Con el impulso de esta plataforma, dirigida al sector hostelero, nuestro reto es conseguir sumar fuerzas en esta lucha a través de alianzas, como establece el ODS 17 de Naciones Unidas y que es fundamental en este proyecto”.

También expuso su opinión Pablo Barrenechea, director de Acción Climática de Ecodes: “Hostelería #PorElClima pone en valor el protagonismo de los bares y restaurantes para

descender al día a día, a la acción concreta, el objetivo ambicioso del Acuerdo de París. Hemos comprobado cómo la agenda global crece y acelera la implementación de medidas para que el aumento de la temperatura del planeta no sobrepase 1,5 °C a finales de siglo. Y las empresas de hostelería son fundamentales en esta acción porque se están corresponsabilizando de sus emisiones de CO2”.

Implicación del sector

Por su parte, Alfonso Maceda, presidente de la Asociación de Hostelería de Sevilla y Provincia aplaudió “la respuesta que ha suscitado este proyecto entre los restauradores, lo que refleja el interés y la implicación del sector en la sostenibilidad. Actualmente es fundamental para cualquier establecimiento enfocarse en unas metodologías de trabajos sostenibles”.

Ángela Moreno, delega-

da de Turismo y Cultura del Ayuntamiento de Sevilla, subrayó la importancia de la hostelería como motor económico y social de Sevilla y destacó que “esta ciudad vive y siente su hostelería como ninguna otra. Los bares no son sólo un sector clave de nuestra economía local, sino también un pilar fundamental en nuestra forma de vida, donde los sevillanos compartimos buenos momentos y fortalecemos la convivencia”.

La representante municipal indicó que “los más de 13.000 establecimientos adheridos a #HosteleríaPorElClima son una prueba del compromiso del sector con la sostenibilidad y la transición hacia una economía descarbonizada y ha añadido que acciones como esta son esenciales para afianzar un modelo capaz de ofrecer una respuesta real y de largo alcance frente a los retos del cambio climático. Es un ejemplo de cómo la colaboración entre sectores puede





Se han puesto en marcha 6.324 medidas en temas de ahorro de agua, eficiencia energética, movilidad sostenible, consumo responsable, huella de carbono y gestión de los residuos

marcar la diferencia?”

A esta iniciativa se han adherido 403 establecimientos de la provincia de Sevilla. Sus propietarios y gerentes han contestado un cuestionario de 28 preguntas en torno al ahorro de agua, la eficiencia energética, la movilidad sostenible, la huella de carbono, el consumo responsable y la correcta gestión de los residuos, lo que ha permitido el estudio de medidas personalizadas para cada uno de ellos de actuación frente al cambio climático: en total, 6.324 medidas puestas en marcha en temas de ahorro de agua, eficiencia energética, movilidad sostenible, consumo responsable, huella de carbono y gestión de los residuos.

Entre las conclusiones de

estas auditorías, se destacan los siguientes datos:

- En Sevilla, el 86% de los establecimientos utilizan sistemas de doble descarga en los inodoros y llevan a cabo un mantenimiento regular que evita el goteo de agua en los grifos e inodoros. Esto supone un gran ahorro de agua, ya que el goteo de un grifo representa el desperdicio de 30 litros de agua al día, es decir, más de 10.000 litros al año. Y un inodoro que tiene una fuga puede gastar hasta 200.000 litros al año.
- El 97% de los establecimientos colabora en la reutilización de los envases de vidrio. Por cada botella de vidrio que se recicla, se ahorra la energía necesaria para tener un televisor en-

cendido durante 3 horas. Es reseñable el alto porcentaje de colaboración en la correcta gestión de los residuos en todos los establecimientos adheridos.

- El 88% de los establecimientos utiliza luces LED para la iluminación de la sala, cocina, terrazas o almacén, lo que permite un ahorro del consumo y por lo tanto de coste económico y emisión de gases de efecto invernadero que puede llegar hasta el 90% con respecto a las bombillas incandescentes.

- El 79% de los establecimientos utiliza productos realizados con materiales reciclados. Estos productos cumplen la misma función que un producto no reciclado y generan menos emisiones de CO2

porque la mayoría de los productos y materias primas procedentes de materiales reciclados necesitan en su obtención menos energía que los procedentes del medio natural.

- El 97% de los establecimientos trabaja con proveedores locales. Priorizar proveedores lo más cercanos posibles reduce las emisiones de CO2 que derivan del transporte hasta el establecimiento de los alimentos, evitando así manipulación del producto, y un mayor empaquetado.

Hostelería #PorElClima orienta, en su ruta hacia la descarbonización, a cada adherido a través del perfil climático de su establecimiento en la web del proyecto hosteleriaporelclima.es. ■

Sobre Hostelería #PorElClima



HOSTELERÍA #PorElClima nació en 2017, tras el llamamiento mundial del Acuerdo de París para adoptar medidas que contribuyeran a frenar la emergencia climática. Constituye una plataforma virtual que aúna a la comunidad de establecimientos de hostelería comprometidos con la sociedad, con nuestro entorno y con un futuro mejor.

Forma parte de la Comunidad #PorElClima y está desarrollada por Eco-des, con la colaboración estratégica y el impulso de Coca-Cola.

El proyecto facilita que las empresas de hostelería se sumen a la lucha contra el cambio climático y hagan la transición hacia una economía baja en carbono. Todo ello, exponiendo y dando visibilidad a las acciones que, desde la hostelería, ya se realizan en favor del clima y ofreciendo herramientas, información y pautas de actuación para frenar el cambio climático.

Desde que se puso en marcha hace más de siete años, cerca de 14.180 establecimientos se han adherido a la

iniciativa, desarrollando más de 227.750 acciones por el clima.

Ahora, el reto pasa por involucrar a un mayor número de hosteleros en esta iniciativa. La hostelería está formada por más de 300.000 establecimientos que generan 1,76 millones de empleos y facturan 122.862 millones de euros, aportando casi un 6% al PIB nacional. Específicamente los bares, cafeterías y pubs emplean 1,4 millones de personas y tienen una facturación cercana a 90.700 millones de euros, aportando el 4,3% al PIB. ■

La portuguesa Frimarc busca empresas mayoristas en Andalucía que quieran ser sus socias

La empresa ha tenido un crecimiento notable y necesita adaptar rápidamente su estructura a esta progresión. En 2024, facturó 94,2 millones de euros, un 34% más que en 2023

Isabel G. Suero

CREADA en 1999, Frimarc, S.A. se centra en el comercio y distribución de productos alimenticios, especialmente carne y pescado, en las categorías de congelados, refrigerados y ultracongelados. Con más de 25 años en el mercado, está ubicada en Faro y busca tener a diario los mejores productos de cada región de Portugal y del mundo. Actualmente, están posicionados como uno de los principales importadores de carne de América Latina en la Península Ibérica.

Gracias a un equipo formado por más de 190 colaboradores, una amplia oferta de productos y su flota propia de casi 50 vehículos frigoríficos, garantizan una distribución ajustada a las necesidades de sus clientes, con sus naves frigoríficas ubicadas en Olhão y sus centros de distribución de Faro, Évora, Sines y Lisboa. En 2024, facturaron 94,2 millones de euros, un 34% más que en 2023. Y exportaron 13,2 millones de euros a diferentes países de Europa (Alemania, Bélgica, España, Francia Italia, Luxemburgo, Países Bajos e Inglaterra). Actualmente, están aumentando su capacidad de

almacenamiento con la construcción de tres nuevos almacenes en el Algarve. También están buscando un terreno en Lisboa, para construir un almacén de 6.000 m². La empresa ha tenido un crecimiento notable y necesita adaptar rápidamente su estructura a esta progresión.

Tal y como explican, “consideramos a la vecina Andalucía como una zona de crecimiento natural para Frimarc. Actualmente, estamos buscando empresas mayoristas en toda la región que quieran ser nuestros socios y aprovechar nuestra experiencia para revender la carne que importamos. Frimarc ha conseguido en los últimos años ocupar un lugar importante en este mercado, tradicionalmente en manos de grandes comerciantes del norte y centro de Europa. Gracias a nuestro trabajo con los principales productores de carne vacuna de Sudamérica, Argentina, Uruguay y Brasil, y de cordero en Chile, nos hemos convertido en uno de los principales importadores de carne de Latinoamérica en la Península Ibérica, por lo que podemos ofrecer productos exclusivos, únicos y de calidad su-



Marco Coutinho, CEO de Frimarc.

integradora para sus necesidades.

A través de una red de más de 55 comerciales, ofrecen a sus clientes más de 4.000 referencias de productos de alta calidad e innovadores, de origen nacional e internacional, importados directamente de más de 12 países repartidos por 5 continentes.

Gracias a su trabajo con los principales productores de carne de bovino de Sudamérica (Argentina, Uruguay y Brasil) y cordero de Chile, se han convertido en uno de los principales importadores de carne de América Latina en la Península Ibérica, por lo que pueden ofrecer productos exclusivos, únicos y de calidad superior. Además de estos países, su portafolio de productos también incluye carne Wagyu de Japón; cordero de Nueva Zelanda; calamares de India; camarones de Perú, Bangladesh y Ecuador; vieiras y rape de Estados Unidos; pulpo de Marruecos; rape y calamar de Sudáfrica. ■

perior. Todavía no tienen presencia física en Andalucía, pero es una hipótesis que siempre está sobre la mesa, en nuestro plan de expansión,” explican.

Trabajan para seguir siendo competitivos y para estar preparados para satisfacer a unos clientes cada vez más exigentes. De hecho, se guían por la excelencia en la relación con sus clientes, por la calidad en los servicios que prestan y por una irreprochable seguridad alimentaria.

Consideran también la mejora continua de sus procedimientos una estrategia clave de su negocio, ya que les permite proporcionar a los clientes una solución completa, única e

El Proyecto CREA plantea la posibilidad de crear 500.000 empleos en Andalucía hasta 2030

Esta iniciativa, impulsada por Unicaja, la Junta de Andalucía, la Universidad de Harvard y la consultora Oliver Wyman, pretende diversificar los sectores andaluces



HACE unos días conocíamos los objetivos y análisis de la realidad andaluza realizado por el Proyecto CREA, iniciativa impulsada por Unicaja, en colaboración con la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo; el Growth Lab de la Universidad de Harvard, y la consultora Oliver Wyman. CREA abre una ventana para observar la realidad andaluza basada en los datos.

Las conclusiones de CREA vienen a señalar 130 sectores con grandes opciones de crecimiento, capaces de aumentar su productividad y complejidad y de crear 500.000 empleos de aquí a 2030

Este ambicioso proyecto tiene entre sus objetivos diversificar los sectores en los que la comunidad andaluza es fuerte como el sector agroindustrial o el turismo y los sectores emergentes entre los que se encuentra la industria aeroespacial, la industria de defensa y logística avanzada, la industria digital y

Deep Tech, la minería metálica y las energías verdes donde Andalucía aspira a ser potencia.

Estos sectores son una oportunidad para acelerar y profundizar en el crecimiento de la región para lo que este proyecto planea actuar sobre cinco claves que empiezan por señalar la importancia del desarrollo y la atracción de capital humano y su adecuación al mercado a lo que Andalucía está respondiendo con una nueva programación universitaria 25-28, reforzando vínculos con sectores estratégicos, clústers de innovación y empresas y con una FP que ha crecido un 55% en plazas desde 2018 y que desarrolla el modelo DUAL en colaboración 45.000.

Además, esta iniciativa plantea mejorar también la respuesta en el desarrollo urbano, en las infraestructuras y en la vivienda, donde Andalucía está haciendo la mayor apuesta con un Plan de Choque que va a duplicar la construcción de

Vivienda Protegida y donde se está llevando a cabo la construcción y ampliación simultánea de cuatro metros y tranvías.

Asimismo, hace alusión a la necesidad de expansión del ecosistema de servicios financieros en apoyo de las pymes y autónomos en sus proyectos de inversión y en dar la máxima importancia a la gestión eficiente del agua para evitar que su escasez limite la competitividad de Andalucía. Un asunto que es de máxima prioridad para el Gobierno andaluz, lo que le ha llevado a elevar a Europa este debate y a dedicar 1.500 millones en actuaciones hidráulicas desde 2019.

Colaboración

Otra de las claves del proyecto es la colaboración público-privada y la simplificación administrativa, objeto de cuatro decretos y del Plan Andalucía Simplifica, con más de 500 medidas para eliminar burocracia, a lo que se suma la

Unidad Aceleradora de Proyectos que impulsa ya 137 proyectos.

En los tres informes que componen este proyecto se aborda el crecimiento y las oportunidades, se analizan las industrias y se plantean y calculan sus necesidades de financiación y se proponen acciones y políticas públicas.

CREA aborda asimismo un análisis de las potencialidades de Andalucía, abriendo perspectivas y elevando la mirada y la ambición sobre la economía y la sociedad andaluza, al mismo tiempo que ofrece una hoja de ruta para seguir creciendo y creando empleo.

Andalucía ha sido la primera comunidad en España y la primera región en Europa objeto del estudio de Growth Lab de Harvard y Oliver Wyman, en el que ya se han interesado otras comunidades, siendo la razón, según sus promotores, el potencial económico diferencial que detectaron en la comunidad andaluza. ■

CTA organiza el evento internacional de emprendimiento de Scale-Up en BIO360



CORPORACIÓN Tecnológica de Andalucía (CTA) ha organizado el evento internacional de emprendimiento del proyecto europeo Scale-Up en el marco de la feria BIO360, uno de los encuentros más destacados sobre bioenergía y bioeconomía a nivel internacional, con más de 5.000 participantes de 45 países. Durante los días 5 y 6 de febrero, la responsable técnica del sector Biotecnológico de CTA, Carmen Ronchel; y los consultores de Innovación Rafael Castillo, Antonio Carlos Ruiz y Marina Barquero; han estado presentes en Nantes (Francia), en el stand G28 de la feria, para acompañar a

los emprendedores seleccionados por el Programa de Apoyo a la Innovación de Scale-Up, liderado por CTA, en su búsqueda de financiación.

Scale-Up, iniciativa financiada por el programa Horizonte Europa, tiene entre sus objetivos impulsar el desarrollo de ideas emprendedoras basadas en la valorización de la biomasa de seis regiones europeas. En el caso de Andalucía, las dos ideas seleccionadas por su Programa de Apoyo a la Innovación se basan en la utilización de los residuos del olivar, y estuvieron representadas en Nantes por José Antonio La Cal, socio fundador de Bioliza; y Francisco Javier Navas; investigador de Andaltec.

Los asistentes a la feria pudieron conocer a los socios del proyecto y a los emprendedores presentes. Además, el 6 de febrero se celebró la conferencia de Scale-Up, un encuentro en el que cinco emprendedores de Francia, España y Polonia compartieron sus experiencias y desafíos en su camino hacia la comercialización de sus productos. ■

Desarrollo sostenible de bioenergías en África

EL proyecto Bio4AFRICA, del consorcio que CTA forma parte del consorcio, ha celebrado su jornada de clausura en el marco de la conferencia internacional BLP 2025, que tuvo lugar en Montpellier (Francia). El objetivo de la conferencia ha sido abordar innovaciones en bioenergía destinadas a pymes en África. Entre las conclusiones principales destaca la necesidad de políticas incentivadoras y proyectos de alto impacto para promover el desarrollo sostenible de las bioenergías, adaptadas a las necesidades y contextos locales en diversas regiones del mundo, incluyendo África y Europa. También se subrayó la importancia de compartir experiencias prácticas y conocimientos entre los diferentes actores involucrados para fomentar soluciones energéticas sostenibles y responsables. ■

El proyecto europeo Aihre, presente en el II Congreso Nacional de Hidrógeno Verde

CORPORACIÓN Tecnológica de Andalucía (CTA) ha tenido una participación activa en el II Congreso Nacional de Hidrógeno Verde, uno de los encuentros más relevantes del sector de las energías renovables, celebrado del 4 al 6 de febrero en Huelva.

El stand del proyecto europeo Aihre, iniciativa co-financiada por el programa Interreg Poctep y de la que es CTA es socio, ha sido un punto de encuentro clave para conectar con empresas miembros de la fundación y nuevos actores del ámbito del hidrógeno verde. Aihre busca establecer una red tecnológica y empresarial para aprovechar el potencial de generación de hidrógeno renovable en España y Portugal. Para ello se sirve del Ecosistema AIHRE, una

comunidad formada por entidades comprometidas con la promoción del uso de hidrógeno renovable en la zona Poctep.

La apertura institucional contó con la presencia del presidente de CTA, Beltrán Pérez; el director general, Elías Atienza; y el director Económico-Financiero y adjunto a la dirección general, Leonardo Bueno. Además, durante los tres días del congreso, el responsable del sector Energía y Medio Ambiente de CTA, Germán Lara; la consultora de Innovación, Paula Rosa; y la técnico de Comunicación, Sofía Sánchez; estuvieron presentes en el stand de Aihre, acercando a los asistentes los objetivos del proyecto.

La segunda edición del Congreso Na-



cional de Hidrógeno Verde ha reunido en Huelva a más de 1.400 profesionales y representantes de más de 450 empresas. El evento, organizado por la Federación Onubense de Empresarios ha anunciado además su tercera edición de 2026, consolidándose así como un evento de referencia en Andalucía. ■

Un avance muy positivo

TOMO el título del artículo de unas recientes declaraciones de Donald Trump acerca de la irrupción de la inteligencia artificial de la empresa china DeepSeek. No cabe duda de que la inteligencia artificial generativa está de moda. Sus aplicaciones son cada vez más numerosas y su potencial para transformar la economía es innegable. Es un campo que parecía estar dominado por empresas occidentales, principalmente estadounidenses, como OpenAI (creadora de ChatGPT) y Google, entre otras.

Muchos han querido ver en esta irrupción una especie de jaque a las apuestas realizadas por el recién elegido presidente norteamericano. Siempre controvertido, su respuesta ha podido ser de las más sensatas que han podido escucharse. Ha hablado de una “llamada de atención” y un aviso para que las empresas norteamericanas “se concentren en la tarea de competir”. Para Trump es un avance muy positivo porque abaratará el coste de acceso y desarrollo de esta tecnología. Otros medios muy respetables hablan de la contradicción entre el pánico de los inversores de la pasada semana y las ventajas para los usuarios de la tecnología.

DeepSeek es una *startup* china que está dando mucho de qué hablar estos días. Una empresa emergente fundada en 2022 y respaldada por capital riesgo chino y estadounidense-

se que se dedica a la investigación y desarrollo de inteligencia artificial. Su producto estrella es un modelo de lenguaje de gran tamaño (LLM, por sus siglas en inglés) que compite directamente con los modelos más avanzados.

Se distingue por varias características que la hacen única en el panorama actual de la inteligencia artificial. En primer lugar, es un modelo de código abierto. Su código fuente está disponible para que cualquiera lo pueda utilizar, estudiar y modificar. Esto fomenta la colaboración y la innovación, y permite que otras empresas y desarrolladores puedan construir aplicaciones y servicios basados en DeepSeek. Además, se ha hecho un hueco en la industria gracias a su modelo de lenguaje generativo DeepSeek LLM, capaz de desenvolverse con soltura en diversas tareas y disciplinas. El modelo destaca también por su capacidad para generar representaciones numéricas de texto que facilitan la comparación y clasificación de información.

Su irrupción supone un importante desafío para la hegemonía occidental en la inteligencia artificial. Su modelo de lenguaje es comparable en calidad a los de líderes de mercado. Incluso algunos estiman que los supera en algunas áreas. Por otro lado, el modelo de código abierto puede acelerar el desarrollo de aplicaciones y democratizar el acceso. Para redondear, ha logrado optimizar el uso de los procesadores de NVIDIA alcanzando resultados notables con menos chips. Esto reduce costes y permite liberar potencial de innovación al relajar las barreras de entrada a la tecnología.



FRANCISCO CANTÓN

Manager en T4S Advance Solutions
a VASS Company

Por último, algo que provoca resquemores, el apoyo gubernamental que está recibiendo en China. Un impulso que podría darles una importante ventaja competitiva.

La emergencia de DeepSeek supone varias implicaciones. Las empresas podrán utilizarla para desarrollar nuevas aplicaciones y servicios de Inteligencia Artificial a menores costes. Lo que debe conllevar un incremento de la competencia basada en estos servicios. Las empresas deben prepararse para competir con empresas que la utilicen. El código abierto, por otro lado, ofrece la posibilidad de colaborar para desarrollar nuevas tecnologías y aplicaciones.

DeepSeek se erige como una ventaja para las empresas que buscan entrar en la inteligencia artificial sin desalentarse ante elevados los costes de desarrollo y escalado. El enfoque de código abierto permite democratizar el acceso a modelos de lenguaje de vanguardia. Allana el camino para que más organizaciones exploren las bondades de esta tecnología sin necesidad de inversiones exorbitantes. En definitiva, cabe calificarla como un avance muy positivo para todos. ■



“DeepSeek es una startup china que está dando mucho de qué hablar estos días”

Emprendimiento: el motor del futuro económico de la nueva Andalucía

ANDALUCÍA alcanza su máximo histórico en creación de empresas tras sumar 20.300 con 950 millones de capital en 2024'. Este titular me hace reflexionar sobre la importancia que tiene el emprendimiento en el devenir económico de una región. Decía Winston Churchill que "muchos miran al empresario como el lobo que hay que abatir, otros lo miran como la vaca que hay que ordeñar y muy pocos lo miran como el caballo que tira del carro". Creo que la gran revolución que se está dando en Andalucía es que, poco a poco, se está viendo al empresario como el caballo que tira del carro y no el lobo o la vaca de Churchill.

El primer cambio importante es el cambio de denominación, de empresario a emprendedor. La palabra 'empresario' además de estar muy denostada por los múltiples titulares de prensa en donde se hace hincapié en la característica de empresario de muchos delincuentes, está centrada en la empresa. Por el contrario, la palabra 'emprendedor' hace referencia a la capacidad de hacer, de emprender iniciativas, tanto si culminan en la creación de una empresa como si no.

Como vemos, la palabra 'emprendedor' tiene un ámbito mucho mayor. La palabra 'emprendedor' engancha mucho más con la mentalidad de los jóvenes que la de 'empresario', o peor aún 'patrón'. Además de este cambio

de denominación, el emprendimiento requiere de un entorno que te anime y te ayude a emprender. Es el famoso ecosistema de emprendimiento en donde la colaboración, el trasvase de conocimiento, los nuevos modelos de financiación, etc., se unen, para hacer del éxito individual un éxito colectivo del que todos se benefician. Desde que nacemos aprendemos por imitación y un entorno en donde mucha gente emprende, anima a arriesgar y querer hacer grandes cosas. El entorno de innovación, de tolerancia al error, de contagio de ilusión por emprender que se genera, hace que más jóvenes quieran emprender.

En este sentido, en Andalucía tenemos grandes iniciativas encaminadas a encender esa llama del emprendimiento en los más jóvenes. Cabe destacar el programa Sputnik, liderado por Juan Martínez Barea, que pretende inspirar a emprender a 5.000 jóvenes en los próximos años. O el programa Ideas Loyola, desarrollado por el departamento Loyola Innitatives de la Universidad Loyola, cuyo objetivo es acercar el emprendimiento a los colegios. Son iniciativas encaminadas a inspirar a los jóvenes mediante ejemplos concretos de personas que han llevado a cabo sus proyectos.

Todo esto me lleva a una pregunta interesante que suelo hacer a mis alumnos, ¿el emprendedor, nace o se hace? En mi caso, tengo claro que a ser emprendedor se aprende. Obvia-



DARÍO MARTÍNEZ DE AZCONA

Director del Máster Universitario en Business Administration (MBA)
Universidad Loyola, Sevilla

mente hay personas que traen de serie algunas cualidades que ayudan a emprender, pero todos podemos emprender.

Formarse es una de las mejores maneras de limitar el riesgo inherente al emprendimiento, de generar confianza y de conocer gente que nos ayude en esta aventura. Desde la Universidad Loyola creemos firmemente en el emprendimiento como motor del cambio y que es una de las mejores herramientas que tienen los jóvenes para labrarse un futuro en un contexto globalizado y volátil. Este aprendizaje debe de ser transversal a todas las disciplinas del conocimiento, por eso, desde el MBA de Loyola, apostamos por formar a nuestros alumnos en todos los ámbitos de la empresa, con especial atención al espíritu emprendedor. Tal y como dijo Peter Drucker, "el mejor modo de predecir el futuro es creándolo" y de eso va el emprendimiento, de crear el futuro y parece que Andalucía ha tomado el rumbo correcto. ■

"Formarse es una de las mejores maneras de limitar el riesgo inherente al emprendimiento, de generar confianza y de conocer gente que nos ayude en esta aventura"





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



Tramas se reafirma en la senda del crecimiento

Tramas, la cadena de origen sevillano especializada en textil hogar y decoración, ha culminado 2024 alcanzando los 100 millones de euros de facturación, lo que supone un crecimiento interanual del 25%. Este hito implica además haber multiplicado por tres su negocio en los últimos cinco años como resultado de una estrategia empresarial consolidada que combina expansión, diversificación, innovación, rentabilidad incremental y crecimiento sostenible.

Contando a la fecha con una equipo de más de 1.000 trabajadores distribuidos en una red de más de 200 tiendas propias repartidas entre España, Italia y Portugal, Tramas ha demostrado su capacidad para exportar su modelo y captar las tendencias actuales de consumo a nivel internacional. En paralelo, se ha acometido un ambicioso plan de optimización de espacios comerciales, redimensionando las tiendas y moviéndolas a locales de mayor superficie (200-350 m²), consiguiendo impulsar la facturación a la vez que se van incrementando los niveles de rentabilidad. El negocio on line representa un 15% del total de facturación. ■



Iberdrola supera los 1.140 puntos de recarga públicos en Andalucía

Iberdrola en Andalucía supera los 1.140 puntos de recarga públicos para vehículos eléctricos instalados y suma ya más de 8.400 a nivel nacional, tras poner en funcionamiento más del 25% de los puntos instalados durante 2024 en España, lo que refuerza su posición como la red de recarga pública más extensa del país. La comunidad andaluza

se sitúa en el segundo puesto en número de cargadores. De los más de 8.400 puntos en funcionamiento, 2.140 son de recarga rápida, superrápida y ultrarrápida, es decir, son capaces de recargar 200 km de autonomía entre 5 y 40 minutos. ■

Avalon Renovables planea una inversión de 8.000 millones de euros en proyectos de hidrógeno verde en Andalucía



Avalon Renovables planea invertir en Andalucía cerca de 8.000 millones de euros en el desarrollo de proyectos de hidrógeno verde y derivados en diferentes localizaciones distribuidas entre las provincias de Jaén, Huelva, Cádiz y Málaga. Esta inversión prevé la creación de 10.000 empleos directos contemplando todas las fases de desarrollo de los proyectos, incluida su planificación, ingeniería, construcción y operación. Dentro del plan estratégico de desarrollo de Avalon Renovables en Andalucía, la compañía ha anunciado que tiene previsto

empezar las primeras fases de producción de e-metanol y e-SAF a mediados de 2028. Esta inversión demuestra la apuesta en firme de Avalon Renovables por Andalucía, concediéndole un papel estratégico a sus proyectos en la región, especialmente los de Jaén, Huelva y Algeciras. ■

< en Corto >



El secretario de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, Antonio Hernando, ha visitado las obras de la nueva sede del SOC (Centro de Operaciones de Seguridad) de **Innovasur**, que aspira ser un centro de referencia en ciberseguridad y talento tecnológico en España. Las instalaciones, ubicadas en el Centro de Inteligencia Competitiva para la Innovación Comercial (Ceticom) de Jaén, fruto de una concesión demanial del Ayuntamiento de Jaén, están siendo objeto de una remodelación que supone una inversión de casi 2 millones de euros.



La mina de Riotinto de **Atalaya Mining** ha cerrado 2024 con una producción de 46.227 toneladas de cobre, tras producir en el cuarto trimestre 12.078 toneladas, una mejora respecto a las 11.901 registradas el trimestre anterior. La planta procesó 15,9 millones de toneladas en el año, estableciendo un nuevo récord anual, con una ley promedio del mineral del 0,35% y una recuperación media del 83,05%.



Granada ha sido la ciudad elegida este año para la celebración de la 38ª Convención General de **Cesce**, que ha congregado a 250 participantes de España y Portugal, así como de sus filiales en Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Cesce, Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, es la cabecera de un grupo de empresas que ofrece soluciones integrales para la gestión del riesgo comercial y la emisión de seguro de caución y garantías en Europa y Latinoamérica.



Desde su fundación en el año 2010, **Texla Renovables** ha sido un motor esencial en la transformación energética de España. En sus 15 años de trayectoria, la compañía ha desarrollado y participado en más de 21 GW de proyectos renovables, liderando iniciativas que han acelerado la transición hacia un modelo energético más sostenible, con impacto directo en la economía y la sociedad. La compañía sevillana celebra su 15º aniversario liderando la transición energética y apostando por el almacenamiento y el hidrógeno verde.

< en Corto >



Airzone, empresa de soluciones de control de climatización, ha iniciado la construcción de su nueva fábrica en Málaga TechPark. Con una inversión de 19 millones de euros, este proyecto busca mantener el crecimiento sostenido de los últimos años, en los que Airzone ha incrementado su plantilla en un 8% de media anualmente. Así, el nuevo edificio permitirá un crecimiento de la plantilla del 41%, generando 144 empleos y reforzando el compromiso de la compañía con el desarrollo industrial y la innovación tecnológica en la región.



ALDI mantiene su compromiso por seguir creciendo en Andalucía y anuncia que prevé abrir 7 nuevas tiendas en la región durante 2025. Estas aperturas se enmarcan en el ambicioso plan de expansión que está llevando a cabo la compañía en España, que mantiene el ritmo de los últimos años con la previsión de cerca de 40 nuevos establecimientos este año, repartidos por todo el territorio nacional. Concretamente, cerca del 18% de las inauguraciones se celebrarán en Andalucía.



Mitsubishi Electric ha inaugurado la ampliación de sus oficinas de Sevilla, consolidando su apuesta estratégica por el crecimiento en la región andaluza. El evento ha sido presidido por Pedro Ruiz, presidente de Mitsubishi Electric España, quien ha destacado la importancia estratégica de Andalucía para la compañía, especialmente en las áreas de Climatización y Factory Automation.



AG Olives Group, empresa sevillana de aceitunas de mesa con presencia en más de 60 países y plantas de producción en Estados Unidos, España y Grecia, ha alcanzado un acuerdo para entrar en el accionariado de Georgoudis S.A.-Parthenon, compañía del sector griego. Esta operación completa el portafolio del grupo al integrar las reconocidas variedades de aceitunas griegas Kalamata, Halkidiki y Conservolea, y facilita el acceso de Parthenon a nuevos mercados gracias a la red logística de AG Olives Group.

Andalucía Económica y Garantía renuevan su acuerdo de colaboración

El director general de la revista Andalucía Económica, Alfredo Chávarri, y el director general de Garantía, Antonio Vega, han ratificado el acuerdo de colaboración entre ambas entidades que busca fomentar el acceso a la financiación de las pymes andaluzas. Garantía SGR, como sociedad de avales, tiene como principal objetivo impulsar la actividad de la economía y las empresas andaluzas. Con más de 40 años de presencia en Andalucía, cuenta con oficinas en las ocho provincias andaluzas y un equipo de más de 80 empleados para estar cerca de las pymes y autónomos de la región. ■



Heineken España contribuye a la economía andaluza con cerca de 2.000 millones de euros

Tomar una cerveza Heineken, Amstel o Cruzcampo con amigos supone un momento de disfrute habitual que tiene un impacto mucho mayor del que pensamos. Según el informe elaborado por PwC para Heineken España, en 2023 la compañía aportó 1.895 millones de euros al conjunto de la economía de Andalucía, una cifra que equivale al 0,9% del PIB regional. Un impacto que representa alrededor de un 40% de la contribución total que genera la compañía en el conjunto de la economía nacional. Así, por cada euro generado con su actividad, Heineken España aporta a la riqueza de Andalucía algo más de 9 euros. Una cifra equivalente al 17,4% del PIB directo del sector primario andaluz, el 16,7% de la construcción o el 14,4% del PIB directo de la provincia de Jaén. Además, su actividad contribuye a mantener más de 38.000 empleos a lo largo de toda su cadena de valor, del campo al bar. Por cada puesto de trabajo directo en Heineken España, se generan otros 40 en la economía andaluza. ■



Cosentino recibe el Premio Nacional de Industria Conectada 4.0

La almeriense Cosentino, líder mundial en superficies sostenibles para la arquitectura y el diseño, ha sido reconocida por el Ministerio de Industria y Turismo en los Premios Nacionales de Industria Conectada 4.0. La empresa obtuvo el galardón en la categoría 'Gran Empresa Industrial', destacando su estrategia de digitalización orientada a mejorar la competitividad mediante innovaciones en modelo de negocio, procesos e infraestructuras. El acto de entrega se celebró durante el Congreso Nacional de Industria, que tuvo lugar en el Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB). Salvador Illa, presidente de la Generalitat de Catalunya, y Jordi Hereu, ministro de Industria y Turismo, participaron en el evento. Álvaro de la Haza, vicepresidente ejecutivo de Cosentino, recibió el galardón de manos del presidente de la Generalitat. ■



Polémica sobre la duración de la jornada laboral y la productividad

Antonio Pedraza

Presidente de la Comisión Financiera del Consejo General de Economistas (CGE), de la Fundación Manuel Alcántara y Presidente de Honor de Esesa.



“La productividad conduce a la prosperidad, y la prosperidad quiere decir salarios altos, calidad de vida, felicidad...”

Arturo Bris. Director del Centro de Competitividad Mundial de IMD de Suiza.

“**P**ERMITIR el desarrollo del proceso shumpeteriano de destrucción creativa. Ello implica mercados flexibles y competitivos para incentivar la incorporación de innovaciones; reducir la fiscalidad sobre el trabajo y las empresas para aumentar la inversión en capital humano y fijo; reformar el sistema educativo introduciendo competencia público-privada; impulsar el crecimiento de compañías disruptivas y sostener políticas de esa naturaleza en el tiempo. El Estado ha de rechazar la tentación de dirigir y controlar desde arriba esta dinámica transformadora, porque eso no ha funcionado nunca ni funcionará” Lorenzo Bernardo de Quirós, economista, director de la Fundación Internacional para la Libertad y vicepresidente del Instituto Von Mises de Barcelona.

A raíz de la polémica que se vive con el tema de la reducción de la jornada laboral, se nos ocurre profundizar en una triple vertiente de factores que directa o indirectamente tienen incidencia sobre el mismo, como son el empleo, productividad y fiscalidad e I+D+i. Sin descartar otros que en menor o mayor medida afectan al epígrafe y coadyuvan al auténtico

puzzle a resolver antes de tomar una medida acertada y ecuaníme, ello fuera de influencias meramente políticas que parecen imponerse, cuando deberían surgir de un acuerdo entre los agentes sociales concernidos y, en el que tanto se juegan no sólo estos, sino el propio país.

PIB por hora trabajada, variable clave

La productividad entraña algo muy simple: producir más con menos o, expresado de otra forma, la eficiencia en la producción de bienes y servicios para obtener el mayor resultado posible con los recursos disponibles. En el caso de España, según información del servicio de estudios de BBVA, la productividad por hora trabajada ha crecido en promedio anual un 0,6%; mientras en la UE lo ha hecho el 1%. El PIB por ocupado creció un 0,6% anual entre 2014 y 2018, su nivel en el tercer trimestre del 2023 fue ligeramente inferior al de finales de 2018 y sólo superior tres décimas al del inicio de la pandemia.

El PIB por hora trabajada ha pasado del 0,5% anual antes de la pandemia –la mitad que en la UE– al 1% después, mientras que en la UE se detenía. Lo idóneo sería que el aumento de la productividad por hora

“Tras el Covid, se ha observado un aumento significativo de las horas no trabajadas por enfermedad accidente o incapacidad temporal”

fuera lo suficientemente elevado para que una parte importante de la mejora condujera a un aumento del PIB por ocupado.

Un estudio reciente de BBVA Research se plantea qué puede estar detrás de esta divergencia en el crecimiento de los ocupados y de las horas trabajadas, así como la productividad definida con ambas variables. En primer lugar, lo atribuye al crecimiento del Salario Mínimo Interprofesional (SMI), que en 2019 subió un 22% y que acumula una subida del 54% desde 2018. Ello lastró el crecimiento del empleo de los colectivos con menores salarios, con un efecto mayor sobre las horas trabajadas por ocupado. También, el incremento de las cotizaciones sociales efectivas se elevó hasta un 5,4% respecto a los cinco años anteriores, con un acumulado del 31,7%, en relación al nivel previo a la pandemia, que redunda en el efecto señalado.

Costes laborales unitarios por puesto de trabajo

Tras el Covid, según este estudio, se ha observado un aumento significativo de las horas no trabajadas por enfermedad accidente o incapacidad temporal. Por diversas razones, en el tercer trimestre del 2024 un 12,2% de los ocupados no trabajaron en la semana de referencia por la que preguntaba la EPA. Por otra parte, la reforma laboral del 2022 dio lugar a un mayor uso del contrato indefinido, reduciéndose la tasa de temporalidad hasta el 15,8%, gracias a su disminución en el sector privado.

Los extranjeros y ocupados con doble nacionalidad (más de 1,3 mi-

llones) explican el 70% de la creación de empleo desde finales de 2019, lo que ha evitado un tensionamiento mayor entre vacantes y desempleo, que pese a ello se encuentra en máximos desde 2008.

En conclusión, los costes laborales unitarios por puesto de trabajo han pasado de crecer un 0,5% anual promedio entre 2014 y 2018, a hacerlo un 4,2% entre 2019 y 2024. La respuesta de las empresas ha podido ser la de mantener el crecimiento de los puestos de trabajo, pero optimizando el número de horas contratadas, o disminuir aquellos para que su productividad se mantenga por encima de su coste.

Tamaño de las empresas y especialización

La realidad es que la productividad, por tantos factores confluyentes, haya pasado de estar un 9,5% por encima a hacerlo un 8,7% por debajo en 2023. Hay unanimidad en que en España la productividad va a ser siempre baja porque su tejido empresarial está formado en un 98% por pymes, siendo además un problema (importante en este contexto) de especialización productiva, cuyo grado de implantación es reducido en nuestro país.

El último dato de la OCDE indica que somos el país, entre los avanzados, donde la caída ha sido más intensa desde 2018 (-3,8%). En el caso de la productividad por hora trabajada, la evolución también es descendente, aunque no se convierte en negativa hasta el cuarto trimestre del 2023 (-0,76%), indicando que el mantenimiento del empleo se consigue, al menos en parte, a costa de la reducción del número de horas trabajadas, probablemente debido al aumento del empleo a tiempo parcial y quizás también a la incógnita sobre los fijos discontinuos sin actividad. La realidad es que nuestra economía le cuesta mantener la productividad (relación entre PIB/empleo) cuando crea empleo, porque exige un mayor incremento del primero cuando aumenta el empleo.

TASA DE PARO EN LA UNIÓN EUROPEA

DICIEMBRE 2024. EN %

ESPAÑA	10,6
Grecia	9,4
Finlandia	8,6
Suecia	8,5
Francia	7,8
Estonia	7,3
Dinamarca	7,0
Letonia	6,8
Lituania	6,5
Portugal	6,4
ZONA EURO	6,3
Italia	6,2
Luxemburgo	6,1
UE-27	5,9
Bélgica	5,8
Austria	5,3
Eslovaquia	5,3
Rumania	5,2
Eslovenia	5,2
Croacia	4,5
Chipre	4,5
Hungría	4,3
Irlanda	4,2
Bulgaria	3,8
Países Bajos	3,7

Fuente: Datosmacro.com

Inversión en I+D, sectores de mayor valor añadido

La mayor inversión en I+D es otro imperativo para aumentar la productividad. En nuestro caso ni llegamos al 1,5% del PIB, Alemania está en el 3,4%, Francia en 2,22%, Japón, 3,30%, Portugal 1,68%. En este caso, el sector público debe ayudar a la creación de empresas muy productivas y tecnológicas, fomentando su financiación o con incentivos fiscales. Estas subvenciones ayudan sobre todo al inicio del proceso, donde es más difícil que el sector privado pueda valorar el riesgo. Pero sin dejar de ser fundamental la participación de éste, algo en lo que flaquean España y Europa y no EEUU, donde esta inversión está absolutamente presente.

Independientemente del tamaño de las empresas, hay que potenciar

PRODUCTIVIDAD POR HORA TRABAJADA

UE-27, 2022

(EUROS PPS POR HORA TRABAJADA CORRIENTES)

Irlanda	100,89
Luxemburgo	81,15
Dinamarca	64,67
Bélgica	62,06
Países Bajos	57,30
Alemania	56,42
Austria	55,32
Francia	53,84
Suecia	53,60
Finlandia	50,31
UE-27	46,28
Italia	45,94
ESPAÑA	42,71
Eslovenia	38,57
Malta	36,87
Chipre	35,71
Chequia	35,49
Eslovaquia	35,12
Lituania	33,52
Rumania	32,54
Estonia	32,31
Hungría	32,15
Croacia	31,66
Portugal	31,55
Polonia	31,04
Letonia	29,59
Grecia	26,39
Bulgaria	25,53

Fuente: Eurostat.

actividades cuyos componentes del crecimiento evidencien mejoras en la productividad: industriales, tecnológicas, informática... que cuentan con un mayor valor añadido. En nuestro caso la prominencia del sector servicios, turismo, agricultura... que adolecen de ese mayor valor añadido, es también un hándicap para la mejora de la productividad.

En una economía de servicios, como la nuestra, la productividad laboral será normalmente inferior a la de otra manufacturera o industrial, porque la relación trabajo/capital es mayor en la primera.

La fiscalidad frena la inversión, damnificando la productividad

El tema de la fiscalidad es otro motor de freno. Hace que los inversores se retraigan, cuando la inversión se manifiesta como una de las claves para ganar productividad. El gasto público en España ha crecido un 24,6% desde la crisis del 2008 y la renta per cápita solo un 3,8%. Para hacer frente a este gasto público, España ha sido uno de los países que más ha aumentado la presión fiscal desde el 2008 al 2023 hasta encontrarse ahora por encima del promedio de países de la UE, ojo, sin que por ello haya mejorado la eficiencia de su sector público.

Según Eurostat, desde el 2008, la presión fiscal ha pasado de representar el 29,7% del PIB en el 2009, tras la crisis financiera, a estar por encima del 38% rondando la media europea, que ha continuado estable durante este tiempo. Parece evidente que la política fiscal puede frenar el crecimiento económico y la productividad, el llamado 'lastre fiscal', al reducir la inversión privada.

La jornada laboral media en España, según datos de Eurostat, ha disminuido desde el 2018 un 3,8% frente a la reducción del 1,5% en la UE. Mientras la reducción de productividad por ocupado se redujo en España el 1,9% y en la UE se ha incrementado un 1,3%. Esta jornada en nuestro país, según Eurostat está ya en 37,8 horas semanales, el equivalente a 7 horas y 34 minutos diarios de trabajo; para los empleados públicos esa jornada estaba establecida en 37,5 horas semanales. Todo ello quiere decir que ya se vienen trabajando las horas que se quieren establecer por ley, en concreto solo 18 minutos más a la semana que la media de la UE, de 37,5 horas.

La reducción de la jornada laboral va a beneficiar a 12 millones de trabajadores del sector privado (un 83% del total), ya que para los empleados públicos no cambiará nada. Pero las pequeñas empresas van a ser las perjudicadas por la medida, dado que no cuentan con la elasticidad suficiente para amoldarse a la misma.

PREVISIÓN FISCAL DINÁMICA

VARIACIÓN RECAUDACIÓN TOTAL EN PUNTOS PORCENTUALES UE (2018-2023). EN % DE PIB. MEDIA UE: 100. AÑO 2024

Malta	-4,1
Francia	-2,7
Suecia	-2,5
Bélgica	-2,4
Grecia	-2,1
Eslovenia	-1,7
Hungría	-1,7
República Checa	-1,5
Dinamarca	-1,3
Croacia	-1,2
Unión Europea	-1,1
Alemania	-0,9
Países Bajos	-0,3
Italia	-0,1
Finlandia	-0,1
Irlanda	0,1
Bulgaria	0,2
Austria	0,2
Polonia	0,4
Rumanía	0,4
Portugal	0,6
Estonia	1,2
Letonia	1,3
Eslovaquia	1,5
Luxemburgo	1,7
ESPAÑA	1,8
Lituania	2,2
Chipre	3,9

Fuente: Instituto de Estudios Económicos, datos de Eurostat

"Las pequeñas empresas van a ser las perjudicadas por la reducción de la jornada laboral, dado que no cuentan con la elasticidad suficiente para amoldarse a la misma"

RENTABILIDAD DE LA RENTA FIJA POR PAÍSES

INTERÉS DE LOS BONOS SOBERANOS A 10 AÑOS EN PORCENTAJE

Reino Unido	4,63
EEUU	4,63
Italia	3,66
Grecia	3,43
Francia	3,30
Canadá	3,30
ESPAÑA	3,19
Portugal	2,98
Países Bajos	2,77
Alemania	2,57

Fuente: Bloomberg.

Los mercados, la amenaza trumpista

La elección de Trump y sus políticas proteccionistas o las tan disparatadas que atentan al entorno geopolítico mundial, vienen marcando la agenda de los días, Algo que es tan cambiante por lo que encierra la veleidosa e imprevisible materia gris del magnate estadounidense. La elevación de aranceles que anuncia va más allá del debilitamiento paulatino del liberalismo, como ha puesto de manifiesto el doctor Moscoso del Prado, al eliminar de raíz cualquier esperanza de volver a resolver disputas conforme al derecho internacional, reglas y acuerdos respetados por todos.

Deepseek y los cisnes negros

El llamativo cisne negro (Black Swan, suceso sorpresivo, de Nassim Taleb) que supuso la irrupción o lanzamiento en China de DeepSeek, está revolucionando al mundo con un nuevo modelo de IA de menor coste y, sobre todo, de menor consumo de energía, lo que provoca pérdidas multimillonarias a su rivales tecnológicos de EEUU, con Nvidia y ASML como más afectadas.

La herramienta china de IA generativa DeepSeek, tan eficaz y potente como su rival americano ChatGPT,

añade su gratuidad y que funciona con código abierto. Lo que supone una oportunidad no perdida para Europa y para nuestro país, que estaban absolutamente fuera de juego en este reto, al ofrecérsese un arma que le abre las puertas para progresar en algo donde el retraso las alejaba de la gran revolución de este siglo.

Mercados muy volátiles Renta fija, bonos

En el caso de los bonos, renta fija, ofrecen todavía rentabilidades razonables (el español a 10 años 3,084% y el de EEUU 4,521%), siendo la apuesta a favor de los mercados europeos frente a los estadounidenses, porque un crecimiento más limitado en nuestro continente probablemente mantendría los tipos intactos, mientras la FED podría moderar o pausar los suyos.

Esos altos intereses de los que parten los bonos les protegen de posibles varapalos. Recordemos que el BCE tiene los tipos oficiales en el 2,75% y la FED los mantiene en el 4,5%. Todo ello en un contexto de dólar fuerte, entre otras razones los aranceles van a hacer que las importaciones de EEUU se encarezcan, empujando hacia arriba los tipos de interés y, a la vez elevando el valor de su moneda. En cuanto al oro, la gestora francesa Ofi Invest AM, la quinta mayor de Francia, estima que podría alcanzar los 3.000 dólares por onza en el 2025 –ahora anda por los 2.861 dólares, en máximos– y la plantea subir un 20%, ello pese a las incertidumbres que generan la llegada de Trump y la guerra comercial entre China y EEUU. El oro se sigue mostrando como refugio ante la incertidumbre.

Renta variable, acciones

En las acciones, incertidumbre y volatilidad, hay que evitar compañías que sufran con los aranceles. Los valores europeos con negocios en EE.UU. se consideran favorecidos en este entorno. Ante la incertidumbre esperada, el consejo es diversificar. Lo mejor, a través de fondos. Los giros imprevisibles de Trump, hacen

VIVIENDAS TURÍSTICAS EN ANDALUCÍA

EN NÚMERO Y VARIACIÓN ANUAL EN PORCENTAJE

	Número	Variación anual en %
Málaga	44.365	13,6%
Cádiz	15.926	6,9%
Sevilla	7.792	19,9%
Granada	7.557	14,5%
Almería	6.601	2,2%
Huelva	2.652	8,0%
Córdoba	2.558	13,7%
Jaén	984	13,9%

Fuente: Eurostat e INE.

imposible las adivinanzas. En este contexto, y frente a estrategias pasadas en la que la indexación a los índices se convirtió en un gran aliado, ahora los analistas recomiendan apostar por una gestión activa, con las manos libres para cambiar de forma rápida de posiciones. Fondos que den a gestores capacidad de modificar el rumbo de las carteras a velocidad de vértigo. A todo esto, los bancos tienen el viento a favor en España; las acciones europeas cotizan con múltiplos de valoración atractivos para tomar posiciones y, en EEUU, tras el susto y la corrección subsiguiente, se piensa por parte de los analistas que el potencial alcista es aún mayor. Recomendamos los valores más castigados, como Nvidia y Microsoft.

La vivienda, sigue el rally

La vivienda, con una subida de precios en 2024 del 11%, el triple que en la zona euro, y una reducción de la oferta del 15%, va a continuar en subida libre, al igual que los alquileres. No cabe duda que la intervención pública –limitar por ley el coste de los alquileres, prohibición desahucios y reducir la protección jurídica a propietarios– está ayudando al desastre. Según el Banco de España, nuestro déficit actual es de 500.000 viviendas.

Recientemente, el presidente del Consejo General de Economistas, Valentín Pich, ha advertido contra la medida que pretende implementar el

MAPA DE LA VIVIENDA EN EUROPA

VARIACIÓN INTERANUAL DEL PRECIO DE LA VIVIENDA EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2024 POR PAÍSES.

Bulgaria	16,5
Polonia	14,4
Hungría	13,4
Croacia	12,3
Irlanda	12,2
P. Bajos	10,3
Portugal	9,8
ESPAÑA	8,3
Eslovenia	7,9
Malta	6,9
Estonia	6,4
Eslovaquia	6,2
Chequia	5,9
Letonia	5,4
Noruega	4,8
Dinamarca	4,6
Italia	3,9
Rumanía	3,9
UE-27	3,8
Bélgica	3,6
ZONA EURO	2,6
Chipre	2,7
Suiza	1,7
Austria	0,7
Suecia	0,3
Alemania	-0,7
Luxemburgo	-1,7
Finlandia	-2,8
Francia	-3,5

Fuente: Eurostat, Expansión.

Gobierno de limitar la compra a los extranjeros extra-comunitarios que no residan en el país con un incremento del 100% del gravamen fiscal, lo que desincentivaría la llegada de inversiones a España. No hay que olvidar que estas inversiones supusieron el 18,43% de todas las inversiones realizadas en 2024.

Mientras la vivienda tenga una proyección de subida que continúa siendo muy elevada en el año en curso, se sigue consolidando como una inversión segura y recomendable. ■

Operaciones vinculadas y representación de administradores: el criterio del TEAC

Carmen Moreno | Gerente KPMG Abogados

El Tribunal Económico Administrativo Central (TEAC) en dos resoluciones recientes –Resolución 01784/2023 de 20 de marzo de 2024 y Resolución 1354/2023 de 24 de septiembre de 2024 –esta última dictada en unificación de criterio– vuelve a poner de actualidad la retribución de los administradores centrándose, esta vez, en las funciones de representación que una persona física presta a los administradores personas jurídicas.

El TEAC establece que estas funciones de representación constituyen una operación vinculada que debe retribuirse a valor de mercado en los términos del artículo 18 de la LIS, a diferencia de las remuneraciones que pueden percibirse por sus funciones de administrador.

La cuestión analizada surge en el caso de una persona física que, además de ser administrador de una sociedad y recibir unas remuneraciones por ello, es nombrada representante de una persona jurídica administradora, conforme al artículo 212 bis de la Ley de Sociedades de Capital.

El TEAC analiza si en esta situación procede aplicar lo dispuesto sobre operaciones vinculadas en la Ley 27/2014, del Impuesto sobre Sociedades (LIS).

En concreto, el artículo 18 de la LIS establece que las operaciones entre partes vinculadas deben valorarse a mercado e incluye, entre otras, las realizadas entre un administrador y la sociedad. Sin embargo, excluye expresamente de esta vinculación la retribución percibida por los administradores "por el ejercicio de sus funciones".

En este contexto normativo, la cuestión controvertida se centra en determinar si esta excepción aplica

cuando una persona física, además de tener la condición de administrador, actúa como representante de una sociedad administradora en otra entidad.

El TEAC centra su análisis en la naturaleza de estos servicios y en determinar si los servicios de representación se pueden incluir en las funciones de administrador de la sociedad.

Pues bien, tras analizar la normativa mercantil y diversas resoluciones de Dirección General de Seguridad Jurídica y Fe Pública, el TEAC concluye que los servicios prestados por la persona física administradora de una sociedad como su representante en el órgano de administración de otra persona jurídica, obedece a funciones que han de entenderse fuera de su faceta como administrador.

El Tribunal llega a estas conclusiones utilizando, entre otros argumentos, que la normativa mercantil no exige que el administrador de una entidad sea su representante en otras entidades donde ejerce funciones de administración, y en que, la sociedad tiene libertad para elegir otra persona distinta al administrador para ejercer dichas funciones.

Como consecuencia de este criterio, los servicios de representación

“Este criterio complica la fiscalidad de operaciones vinculadas y obliga a los contribuyentes a realizar una revisión de su situación en el Impuesto sobre Patrimonio”



prestados por un administrador deben estar valorados a mercado en los términos del artículo 18 de la LIS, a diferencia de las remuneraciones por sus funciones de administrador. Esto podría tener las siguientes implicaciones:

- ✓ Podrá implicar un ajuste en la renta del administrador en el caso de que la Administración entienda que la retribución de este último por las funciones de representación está por debajo de mercado.

- ✓ Existe la obligación de documentar estas operaciones conforme a la normativa de operaciones vinculadas.

Este criterio obliga a los grupos de empresas a revisar sus sistemas de retribución de administradores, y a cuestionarse la idoneidad de la elección de los administradores.

Además, hay que revisar las posibles consecuencias que, este criterio podría tener en el Impuesto sobre el Patrimonio en relación con la exención de empresa familiar y se debería analizar para cada caso concreto, si la posible retribución percibida por representación está incluida en las funciones de dirección y gerencia que el administrador presta a la sociedad matriz.

Por tanto, este criterio complica la fiscalidad de operaciones vinculadas y obliga a los contribuyentes a realizar una revisión de su situación en el Impuesto sobre Patrimonio. ■

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



Unicaja incrementa su beneficio un 115% el pasado ejercicio, hasta los 573 millones de euros

El Grupo Unicaja registró en 2024 un beneficio neto de 573 millones de euros, frente a los 267 millones alcanzados en 2023, lo que supone un incremento del 115%. La rentabilidad duplica la alcanzada en 2023 y permitirá proponer a la Junta General un aumento significativo de la remuneración al accionista, hasta alcanzar un pay-out del 60%.

Todos los márgenes de la cuenta de resultados crecen a doble dígito: el resultado se apoya en el aumento del 13,7% interanual del margen de intereses, así como en la reducción de los saneamientos del crédito (24,3%) y de los activos adjudicados (94,7%). El resultado básico crece un 11,3% y la ratio de eficiencia mejora 4 p.p. en el año, hasta el 44,4%.

El volumen de negocio de clientes mejora un 2% en el año. Las suscripciones brutas de fondos de inversión se incrementan un 119% y las netas

superan los 1.750 millones, con una cuota de mercado en estas últimas del 9% en el cuarto trimestre.

En el ejercicio 2024, se han concedido 8.499 millones en nuevos préstamos y créditos, un 21% más que en 2023. Por su parte, los recursos de clientes minoristas alcanzan los 93.515 millones, con un aumento interanual del 5,3%. Los recursos fuera de balance y seguros crecen un 7,1% en términos interanuales, hasta los 22.587 millones de euros.

Continúa la intensa reducción de activos improductivos (NPAs) y el incremento de las coberturas, al tiempo que la entidad mantiene unos elevados y sólidos niveles de solvencia.

El Plan Estratégico 2025-2027 pone el foco en la transformación de la banca minorista y en el negocio de empresas, con una inversión cercana a los 250 millones en tecnología e IA. ■

MicroBank otorga 353,3 millones de euros en financiación con impacto social en Andalucía en 2024

MicroBank, el banco social de CaixaBank, alcanzó los 353,3 millones de euros en financiación con impacto social en Andalucía en 2024, lo que supone un incremento del 44%. La entidad formalizó en la comunidad andaluza un total de 38.680 operaciones el año pasado, un 45% más.

En el capítulo de financiación a familias vulnerables, MicroBank concedió en Andalucía 31.525 microcréditos (+46,6%) por un importe global de 222,2 millones de euros (+44,4%). El importe medio de los microcréditos para familias ascendió a 7.047 euros.

Para la puesta en marcha y consolidación de pequeños negocios, MicroBank otorgó 5.663 microcréditos (+32,6%), y el volumen de financiación aumentó un 36,4%, hasta los 74,4 millones de euros. El importe medio de los microcréditos se situó en los 13.136 euros.

También contribuyó a concretar 1.492 proyectos de economía social, educación, salud, emprendimiento e innovación (+65,8%). ■

en Breve

[] **Cajasur** y la Diputación de Córdoba, a través del Instituto de Cooperación con la Hacienda Local (ICHL), han firmado una operación de crédito por un importe de 51 millones de euros, destinada a anticipos a cuenta de la recaudación de los ayuntamientos de la provincia para 2025. De este modo, los ayuntamientos dispondrán de liquidez y financiación para llevar a cabo sus políticas de inversión, sociales o el mantenimiento de los servicios públicos. Cajasur se consolida como la entidad financiera que más aporta a este instrumento de la Diputación: un total de 217 millones en los últimos 5 ejercicios.

[] **Caja Rural del Sur** ha reabierto su oficina en el municipio de Encinas Reales (Córdoba), gracias a una apuesta conjunta de la entidad bancaria con Almazaras de la Subbética. Dicho convenio entre ambas empresas se basa en un acuerdo de colaboración mediante el que se contará con personal de Almazaras de la Subbética y Caja Rural del Sur para la actividad de la oficina en Encinas Reales a jornada completa. Esta cooperativa ha llevado a cabo una inversión de más de 120.000 euros en el municipio cordobés.

[] **Unicaja** ha inscrito la huella de carbono de su actividad de los ejercicios 2022 y 2023 en el registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono (CO₂) del MITECO. Asimismo, la entidad ha desarrollado un plan de descarbonización de su huella propia con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂ en un 20% en el periodo 2024-2027, a partir de la línea base de emisiones, y un 30% para 2030.

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.

28F

ANDALUCÍA
PORvenir

SEA POR
nuestro futuro

28 febrero 2025
Día de Andalucía


Junta de Andalucía