

Revista mensual | 28 de diciembre de 2021 | N°81

Andalucía

elEconomista.es

OCHO INVERSIONES ESTRATÉGICAS ABANDERAN LA 'REVOLUCIÓN VERDE' ANDALUZA

Con una apuesta de 3.500 millones crearán
9.500 empleos en renovables e industria

ARTESANÍA

UBRIQUE TENDRÁ
EMBAJADOR EN PARÍS,
MECA DEL LUJO EUROPEO



En Portada | P4

Ocho proyectos estratégicos tiran de la 'Revolución verde' andaluza

Centrados en energías renovables, reciclaje y producción más sostenible, supondrán la creación de 9.500 puestos de trabajo con inversiones de 3.500 millones.



Actualidad | P14

La lentitud de los juzgados por atasco lastra la economía

La Justicia andaluza espera los fondos Next Generation para acometer su modernización.

Entrevista | P8

Lorenzo Amor: "Los autónomos se enfrentan a una tormenta perfecta"

El Presidente de ATA Andalucía pone a la región con más trabajadores por cuenta propia de España como ejemplo en el diálogo social y en la unidad empresarial.

Consumo | P24

La sexta ola frena el gasto navideño en hostelería

La restauración celebra el pasaporte Covid por la mayor garantía para clientes y trabajadores y confía en levantar cenas y comidas navideñas.



Turismo | P16

El sector alcanzará los 20 millones de viajeros tras recuperar un 70%

El turismo andaluz vuelve a crear empleo, a pesar de que el viajero internacional aún está retraído por la pandemia.



Inversiones | P18

25 nuevos hoteles de cuatro y cinco estrellas para Sevilla

Ninguno de los promotores ha desistido del proyecto desde 2019 pese a la crisis económica y la evolución del Covid.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
Presidente Editor: Gregorio Peña.
Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo **Director de elEconomista Andalucía:** Juan Esteban Poveda
Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega **Tratamiento de imagen:** Dani Arroyo **Redacción:** Marta Ramos



Estabilidad y reformas

La legislatura entra en su recta final. El presidente Juanma Moreno ha expresado su intención de exprimir el último periodo de sesiones parlamentario, de enero a julio, en el que la cercanía de las urnas no le permitirá ya gozar de la estabilidad con la que ha gobernado. El entorno andaluz se complica y el nacional también, con el adelanto en Castilla y León. Tendrá que bandearse a derecha e izquierda para seguir con las reformas que le demanda el tejido productivo. Porque reformas y estabilidad le han sentado bien a Andalucía.

La agenda reformista se ha sostenido en dos patas. La primera, de puertas para adentro, para modernizar una administración anticuada, ineficiente, lenta y en buena medida paralizada por los casos de corrupción de etapas anteriores. La Junta ha escuchado el clamor contra el "infierno burocrático" y ha apostado por la simplificación normativa, con tres leyes en esta legislatura. Y es ahora pionera en procesos de automatización administrativa. Ha arrancado además la imprescindible reforma de las entidades auxiliares, la administración paralela. El primer paso, la fusión de cuatro agencias para la promoción económica en una sola, Trade, con Arturo Bernal al frente. Iniciada en las fases previas está también la reforma integral del Servicio Andaluz de Empleo. El paro es el principal problema de los andaluces, y un servicio que intermedia en el 2,7% de las contrataciones de la comunidad -y el 90% de estas por imperativo legal- no es sostenible. La aplicación del perfilado estadístico y de la inteligencia artificial pueden ser el principio de la solución, tal y como se ha planteado. A la reforma del SAE hay que adosar la recuperación de la Formación Profesional para el Empleo tras casi una década de abandono y escándalos. Una economía no puede ser competitiva sin capital humano formado.

La otra pata reformista ha girado en torno a la atracción de empresas e inversiones. La competitividad de la empresa andaluza está limitada por el escaso músculo de más de 95% del tejido productivo, microempresas y pocas pymes. Retos como la transición verde, la digitalización o la internacionalización se acometen mejor con más volumen. La bajada de impuestos y el apoyo a proyectos estratégicos han jugado aquí un papel fundamental para transmitir confianza. Andalucía lidera ahora la atracción de inversores extranjeros.

También ha transmitido confianza la paz social que ha caracterizado la legislatura, y que se ha visto interrumpida por los sucesos de Cádiz en torno a la huelga del Metal. Para el último periodo de sesiones la estrella será la Ley de Participación Institucional, que dará mejor encaje al diálogo social y la mayor implicación de los agentes económicos y sociales en la gobernanza. Habrá mucho ruido externo para sacar adelante la ley, con la sanidad andaluza como bandera sindical de protestas previas a las elecciones. Porque la estabilidad ya se ha acabado, aunque aún quedan muchas reformas por acometer.

■
Se han dado pasos
para modernizar
una administración
ineficiente y atenazada
por casos de corrupción
■



La sostenibilidad es una de las líneas estratégicas de desarrollo fijadas por el Ejecutivo andaluz.

Ocho proyectos con 3.500 millones son bandera de la 'revolución verde'

Los proyectos declarados de interés estratégico vinculados a la transición ecológica supondrán la creación de más de 9.500 empleos en la comunidad andaluza en los próximos años. La fotovoltaica acapara declaraciones, pero reciclaje y transformación industrial también aparecen.

Juan Esteban Poveda. Fotos: Fernando Ruso



La energía solar fotovoltaica acapara declaraciones de interés estratégico.

El Gobierno andaluz ha concedido en esta legislatura la declaración de Proyecto de Interés Estratégico a diez iniciativas empresariales. Ocho de esas diez ideas suponen una apuesta por las energías renovables, por una nueva forma de producir más sostenible o por el reciclaje. Ponerlas en pie va a exigir a las promotoras inversiones por valor de 3.500 millones de euros, con la previsión de generar más de 9.500 empleos. Y son sólo la punta del iceberg de un movimiento mucho más profundo. En octubre de 2020 el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, anunció una "revolución verde". Y en ese nuevo paradigma, reservó un papel muy destacado a las energías renovables. Un claro mensaje hacia las más de 6.300 empresas del sector energético ya instaladas en la comunidad, que generan más de 126.000 empleos, de las cuales 1.800 sociedades y 43.000 trabajos están asociadas al sector renovable. Pero también para inversores en busca de localizaciones ideales para plantas solares fotovoltaicas, molinos eólicos, aprovechamiento de la biomasa o reciclaje.

La primera declaración de interés estratégico se concedió en 2019 al proyecto de Cepsa *Fondo de Barril* para la Bahía de Algeciras. Una inversión de 926 millones y la generación de 3.200 empleos en la fase de construcción para la ampliación de la refinería Gibraltar-San Roque mediante la instalación de una nueva unidad de hidrocrackeo denominada *LC-Fining*, a la que se acompañará de unidades para la reducción del impacto medioambiental. El *LC-*

Fining es una técnica inédita en España (en Europa hay cinco unidades de las 16 licenciadas en el mundo). Se estima que con los nuevos combustibles producidos con este proyecto se reducirán las emisiones del transporte marítimo en 136.000 toneladas al año.

Actualmente, la refinería cuenta con una plantilla de 1.359 trabajadores, a los que hay que sumar 2.718 empleos indirectos y 2.446 de carácter inducido. En

36.000

Sociedades del sector energético ya trabajan en la comunidad andaluza actualmente

la fase de construcción se crearán 2.000 puestos directos y unos 1.200 indirectos durante tres años.

También se concedió la declaración para el proyecto de energía fotovoltaica que la empresa Solarbay High Power prevé poner en marcha en los municipios sevillanos de Aznalcóllar, Guillena, Gerena y El Garrobo. La iniciativa conllevará una inversión directa de 367 millones de euros y la generación de casi un millar de empleos. Este proyecto empresarial contempla la instalación sobre una superficie de 1.500 hectáreas doce parques fotovoltaicos con capacidad para albergar una potencia de 594 me-

gavattios (MW), una infraestructura que se completará con la correspondiente dotación de evacuación, líneas de alta tensión, con una longitud estimada de 60 kilómetros, dos subestaciones eléctricas elevadoras de tensión y una colectora.

El desarrollo de esta actuación supondrá la creación de 20 empleos durante la fase de promoción, que tendrá una duración de 18 meses, de unos 900 durante la construcción, prevista también en un año y medio, y de unos 40 en la etapa de operación y mantenimiento, cuantificada en más de 30 años. A ese impacto habrá que sumar la creación de otros 100 empleos indirectos. La inversión asciende aproximadamente a 70 millones de euros.

El proyecto Sigma, de Repsol Renovables, que supondrá una inversión estimada de 107,2 millones de euros, contempla la implantación de cinco plantas solares fotovoltaicas con una potencia total de 204 megavattios (MW) en Jerez. Esta infraestructura, que se instalará sobre una superficie de 362 hectáreas, y atravesará también San José del Valle y el vecino municipio de Arcos de la Frontera. El plan incluye la construcción de una nueva subestación elevadora y la ampliación de otra ya existente.

Solo Cepsa prevé invertir casi mil millones de euros en su proyecto 'Fondo de Barril'

El desarrollo de esta actuación conllevará la creación de 774 empleos durante la fase de construcción, que tendrá una duración de doce meses, y en la etapa de operación y mantenimiento, cuantificada en 40 años.

Por su parte, la actuación Kairós-Ignis, promovida por Ignis Energía, se ubicará en el municipio sevillano de Guillena y prevé la instalación de otras cinco plantas solares fotovoltaicas con un potencial total de 210,30 MW y un presupuesto estimado de 154 millones. Además de las plantas, que se proyectarán sobre una superficie de 360 hectáreas, la iniciativa recoge también la construcción de una línea de evacuación de nueve kilómetros y de una única subestación elevadora. El desarrollo de esta inversión empresarial conllevará la creación de 462 puestos de trabajo durante las fases de construcción (18 meses) y de operación (40 años).

Prisca Solar, Celso Solar, Hermod Solar, Loki Solar y Odin Solar consiguieron la declaración de interés para el proyecto de energía solar fotovoltaica Arcos, en Jerez (Cádiz), que implica una inversión inicial de 120,17 millones de euros. La construcción y desarrollo de esta iniciativa conllevará la creación de



Refinería de Cepsa en la Bahía de Algeciras.



Planta fotovoltaica Enel Green Power de Torrepalma en Sevilla.

978 puestos de trabajo. El proyecto contempla la implantación, sobre un área de 466,78 hectáreas ubicada entre los municipios gaditanos de Jerez de la Frontera y San José del Valle, de cinco plantas con una potencia total instalada de 209 MW. Además de estas instalaciones, la inversión empresarial prevé la construcción de las infraestructuras eléctricas necesarias para evacuar la energía producida hasta el punto de conexión con la red de transporte.

La última declaración otorgada hasta el momento

Atlantic Copper reciclará material electrónico para extraer metales claves en la transición verde

es la un proyecto de Iberdrola en ocho municipios de Cádiz, Huelva, Granada, Málaga y Sevilla, con siete plantas fotovoltaicas y una eólica que representan una inversión estimada de 640 millones de euros y la generación de 2.119 empleos.

Fuera del ámbito de las renovables, pero también en el marco de la 'revolución verde' hay otros dos proyectos estratégicos.

A Atlantic Copper, empresa andaluza cuya actividad principal es la producción de cobre refinado de alta

pureza a partir de mineral concentrado, se le concedió la declaración para la construcción de una planta de alta tecnología con capacidad de reciclar 60.000 toneladas al año de material electrónico reciclado procedente de RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos en desuso) y recuperar, entre otros metales, cobre, oro, plata, platino, paladio, estaño y níquel, claves para la transición tecnológica, la descarbonización y las energías renovables. El proyecto contempla autoabastecerse del 50% de la electricidad mediante el aprovechamiento de los calores residuales del proceso. Se prevén inversiones de unos 260 millones de euros y crearía 70 empleos directos y 280 indirectos e inducidos. Funcionará a inicios de 2024.

Y también se acordó para la ampliación del complejo industrial del Grupo Cosentino en Almería, para una inversión de 719 millones de euros en los próximos diez años y la creación de 740 empleos directos, a los que habrá que sumar otros 1.900 directos e indirectos en la construcción. Esta iniciativa empresarial impulsada por Grupo Cosentino y Soluciones Ambientales Coma implica actuar sobre 145 hectáreas en Cantoria, Partalao y Fines, donde se implantarán 13 nuevas instalaciones. Diez de ellas se dirigirán a incrementar la capacidad de los productos Dekton y Silestone, que representan respectivamente el 13% y el 68% de las ventas del grupo, y las tres restantes se destinarán a actividades auxiliares, en el marco del proyecto Reborn de valorización de residuos.

Menos trámites para atraer inversión, dice Rogelio Velasco

Actualmente hay 780 proyectos de renovables en distintas fases de tramitación administrativa, que suman cerca de 26.000 MW de potencia que, en su conjunto, llevarían aparejada una inversión estimada de 17.000 millones de euros. Se estima que Andalucía tiene capacidad para alcanzar casi la mitad (el 45 %) de los objetivos de generación eléctrica con renovables que se han marcado para España hasta 2030. Y de entre esas casi 800 iniciativas, hay ocho que destacan. Las que la administración considera de interés estratégico. Estas tienen en sus distintos trámites administrativos un impulso preferente y urgente ante la Administración, y acortan a la mitad de los plazos ordinarios de resolución legales de cada uno de esos trámites. "Una verdadera 'fast track' administrativa que facilitará el rápido desenvolvimiento de grandes proyectos empresariales, evitando su deslocalización a otros territorios", dice el consejero de Transformación Económica, Rogelio Velasco.

"Nuestra comunidad tiene un gran potencial industrial, tecnológico, agroalimentario, turístico... y tenemos que ser atractivos en la captación de inversiones. En ningún caso supondrá la relajación del control de las actuaciones", explica el consejero.

RAFAEL AMOR

Presidente de ATA-Andalucía



“Vivimos una tormenta perfecta que puede desencadenar sus peores consecuencias en 2022”

La sexta ola de la pandemia, impuestos, aumento de los costes ... El presidente de la principal asociación de autónomos de Andalucía, ATA-A, advierte que la crisis económica derivada de la situación sanitaria se ha llevado por delante al 20% de los trabajadores por cuenta propia y que el 70% restante pende de un hilo.

Por Juan Esteban Poveda. Fotos: Fernando Ruso

Rafael Amor, presidente de ATA en Andalucía, se muestra crítico con el Gobierno de la Nación. “No es una cuestión de izquierdas o derechas, sino de sentido común”. Afirmó sin embargo, que los autónomos han encontrado un aliado en el Gobierno andaluz.

¿Han superado ya los autónomos andaluces la pandemia? ¿Cuántos se han quedado por el camino?

La pandemia no ha terminado. Lo que nos estamos preguntando ahora, en plena sexta ola, es en qué momento estamos, con una nueva variedad del virus que da una nueva vuelta de llave a la situación y contagia a personas ya vacunadas. Desde que comenzó podemos hablar de un 20% de los autónomos en muerte empresarial y muchos más que están colgando de un hilo, pendientes de la recuperación. Porque

hablamos de recuperación, pero es un proceso muy dispar.

Por ejemplo, a principios de verano se levantaron restricciones para la hostelería y el turismo que tuvieron efecto en las zonas de costa, pero en las provincias andaluzas de interior tuvieron menos incidencia. Igualmente es muy dispar en cuanto a los sectores de los que hablemos. Vemos mucha actividad, mucha alegría, pero apenas lleva una semana lloviendo y el pantano estaba completamente vacío. En situaciones así, los autónomos tiramos del cajón, pero ya está agotado. No hemos superado la pandemia, y el 70% de los trabajadores por cuenta propia están pendientes de una recuperación rápida para sobrevivir.

¿Conoce a muchos autónomos que no ingresan actualmente ni el Salario Mínimo Interprofesional trabajando todo el día?

A muchos. Los ingresos han caído una me-

carbón y compra emisiones. No podemos fiar el abastecimiento de un país a las renovables, que no están al 100% 24 horas al día ni todos los días, y al gas, porque nos hace dependientes del exterior, con subidas que tienen múltiples repercusiones. Por ejemplo, en la industria de fertilizantes, en la que España es líder. Y así tenemos al sector agrario, que no llegan a cubrir sus costes de producción.

Esta situación junto a la subida de impuestos, el incremento del coste de los carburantes, inflación, etc. Nos jugamos la competitividad de la economía de todo el país. Vivimos una tormenta perfecta que puede desencadenar sus peores consecuencias en 2022.

¿Qué consecuencias puede tener que más del 30% de las ayudas europeas de 7.000 millones de euros se pierda?

Tenemos que preguntarnos por qué. Esas

“Las exigencias para acceder a las ayudas a la solvencia empresarial eran insalvables”

“Hay miles de autónomos que a fin de mes se llevan a casa menos salario que sus empleados”



dia de un 40% en esta crisis. Estamos hablando de miles de autónomos que a fin de mes se llevan a casa menos que sus empleados.

Con el incremento de los costes productivos, desde la energía hasta los suministros, y la inflación, ¿puede haber un nuevo tsunami para autónomos y pequeñas empresas en el arranque de 2022?

El coste de la energía es un verdadero problema. España apostó por el gas y por las renovables, y por eliminar el carbón. Así que nos hemos hecho dependientes del gas que nos llega del exterior. Otros países, como Reino Unido, invierten en nuclear, en sistemas de colaboración público privada. Rolls Royce construirá 17 centrales allí. Es una energía que ya es segura. Francia también apuesta por ella. Alemania sigue produciendo energía con

ayudas a la solvencia empresarial tenían unas exigencias parece que pensadas para que no ejecutar los fondos. Eran exigencias insalvables, imposibles de cumplir. Teníamos además el agravio comparativo de que favorecían a unas comunidades, como Canarias y Baleares, por encima de otras como Andalucía.

¿Cree que el problema estaba en el RDL 5/21, o el cuello de botella ha estado en las comunidades autónomas?

El problema ha estado en el Real Decreto Ley del Gobierno de la Nación. Pero por un tema de sentido común, no de izquierdas o de derechas. Y pongo un ejemplo claro: Andalucía o Extremadura, con gobiernos de distinto signo político, se han dejado la piel y han metido los gastos fijos como conceptos subvencionables, y otras regiones no, con independencia de quién gobierne allí.

¿Se está apoyando a los autónomos en la digitalización de sus negocios?

Es una cuestión muy importante porque nos jugamos mucho, por ejemplo en los próximos fondos europeos que lleguen para relanzar la economía española.

El reto es estar preparados para la digitalización a nivel de formación, y ahí tienen mucho que decir los grandes operadores de telefonía de este país, que tienen a muchos autónomos trabajando con ellos. Hay que conseguir que no pase como con las ayudas a la solvencia empresarial. Vemos sin embargo una falta de información de la marcha de los procesos administrativos. Todavía no sabemos cuándo, cuánto, cómo y dónde.

¿Funciona la tarifa plana o, como dicen otras asociaciones, es una medida inútil?

Parece que tenemos que acostumbrarnos a que medidas que funcionan se cuestio-

venimos diciendo que ser autónomo es una profesión de riesgo, porque si fracasas lo pierdes todo, pero si triunfas la Agencia Tributaria y la Seguridad Social también salen ganando. Así que se merecen ese cariño.

¿Habrá un acuerdo beneficioso para los empresarios con la Reforma Laboral, o teme que se haga al dictado de los sindicatos?

Desde ATA Andalucía tenemos plena confianza en la CEOE, la CEA y los equipos que están negociando. Plena confianza, insisto, en que van a hacer lo mejor para el país. Somos optimistas, esperamos un gran acuerdo que nos ayude en la recuperación. Nosotros somos personas de acuerdos, y confiamos en nuestro capital humano, que tenemos que mimar. Y esperamos que la reforma nos ayude a hacerlo.

¿Qué pasaría en este país y en Andalucía si los autónomos saliesen a la calle a manifestar cómo está el colectivo?

“El 60% de las iniciativas que se acogen a la tarifa plana siguen de alta a los tres años, está funcionando”

“Los autónomos somos personas de negociación. Si el campo sale a la calle es porque no aguantan más”



nen y se eliminan, en vez de analizar lo que está dando resultados y mantenerlo o copiarlo de otros sitios.

Las ayudas de la conocida como tarifa plana se diseñaron siendo Rodríguez Zapatero presidente del Gobierno, y fue aplaudida por los autónomos desde ATA. Es una medida que ha hecho que Andalucía, que con una norma autonómica las amplió al segundo año de actividad y que ha anunciado que las prolongará a un tercer año, sea actualmente la comunidad líder en número de autónomos. El 60% de las iniciativas que se acogen a la tarifa plana estatal siguen de alta a los tres años. Es una medida nacional que las comunidades autónomas pueden complementar, y que tiene efectos positivos. Como por ejemplo corta la economía sumergida. Ya no hay excusas. Los autónomos merecen ese apoyo. En ATA

Los trabajadores autónomos no son personas de salir a la calle detrás de una pancarta, sino de hablar y de sostener reivindicaciones justas a través de sus representantes en las organizaciones empresariales. Lo que sí está claro es que hay un hartazgo creciente.

Desde que comenzó la pandemia hemos sido muy responsables, hemos colaborado en las medidas de las administraciones, hemos negociado con nuestros proveedores, con las personas que nos alquilan los locales, etc. Y hay hechos incuestionables. El primero es que 11.000 andaluces ya no están con nosotros, víctimas de la pandemia. Un 20% de los autónomos ha caído y los que quedamos aguantamos a duras penas. Hay hartazgo y falta de fe en el Gobierno, que tiene ocurrencias como una huelga de juguetes, con todas estas cosas tan serias que están

pasando. Es que se están tambaleando los cimientos del Estado del Bienestar. Los estamos viendo con los agricultores de Andalucía, que ya no aguantan más, por la subida disparatada de sus costes de producción. Si salen a la calle es porque después de dejarse la piel en sus negocios no se llevan a casa ni para el pan de su familia. Hay tal hartazgo en algunos sectores que todo puede pasar. La vaca ya no da más leche.

En Andalucía, el presidente Moreno presume de liderar el gobierno de los autónomos. ¿Han encontrado apoyo en la Junta?

Aporto hechos: para las medidas que nos afectaban a los autónomos y los planes de recuperación se nos ha tenido en cuenta; Andalucía es líder nacional en emprendimiento autónomo, y hay que lamentar el declive de Cataluña, pero es que allí están en otros menesteres; en pandemia han aumentado en 15.000 los trabajadores por cuenta propia; uno de cada tres nuevos autónomos

Se van a cumplir ahora cinco años desde la integración de ATA en la CEA. ¿Cómo ha repercutido en los autónomos?

Andalucía fue la primera comunidad autónoma, la punta de lanza, en la unidad empresarial. Fue la mejor decisión que se pudo tomar. Hoy podemos hablar de que tres vicepresidencias de la CEOE han recaído en ATA, CEA y CEPYME. Andalucía está de moda en el mundo empresarial (ríe). La comunidad está dando los pasos para ser el motor de la economía española, y sin duda la unidad empresarial tiene que ver con esto.

¿Es complicado conjugar los intereses de grandes compañías, pymes y autónomos?

Para nada. Nos sentimos cómodos y escuchados. Hay un factor que no se puede pasar por alto, ahora que nos aproximamos a unas elecciones en CEA. Y es el papel de Javier González de Lara como presidente. Él hace que la banda suene per-

“Se acercan elecciones en la CEA. Javier González de Lara es la persona que hace que la música suene bien”

“Carmen Castilla y Nuria López han demostrado capacidad de diálogo y tienen toda nuestra admiración”



en España es andaluz y el crecimiento llega a todas las provincias en una comunidad tan extensa y diversa. Hay que felicitar al presidente, y también al vicepresidente Juan Marín y a todos los altos cargos, funcionarios y profesionales de la Junta relacionados con los autónomos. Hay que decirlo claro. Y no por una cuestión de izquierdas o derechas, sino de sentido común.

El Gobierno andaluz hace bandera de la simplificación normativa. ¿Está teniendo efectos, o es sólo pose?

Está teniendo ya efectos, como también lo está teniendo ya la nueva legislación del suelo. Son medidas que van a contribuir a mover la economía. A veces se juzga a los gobiernos por lo que hacen, y no tanto por lo que evitan, como puede ocurrir con estas medidas. Y en ambos casos debo poner de relieve el gran trabajo de la CEA.

fectamente afinada, es la persona que tiene la capacidad de ponernos a todos de acuerdo.

¿Cómo es el clima de diálogo social y la relación con los sindicatos en Andalucía?

En Andalucía tanto CCOO como UGT han estado a la altura de las circunstancias y han actuado con responsabilidad en la pandemia. El diálogo social está sano, y las personas de las que depende tanto en la parte empresarial como en la sindical, son personas de capacidad extraordinaria para alcanzar acuerdos. Tanto Nuria López como Carmen Castilla tienen toda nuestra admiración. Da tranquilidad ver en Andalucía a dirigentes con esta capacidad de diálogo y consenso. Los sindicatos tienen un papel fundamental en este país y en Andalucía, y debo decir no se merecen lo que han vivido en estos últimos años.

**Elías Atienza**

Director general de Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA)

Optimismo innovador

En medio de esta nueva ola de Covid-19 que mina nuestra paciencia y nuestros ánimos, definiendo un soplo de optimismo basado en innovación. Los últimos datos publicados por el INE en noviembre revelan un aumento del esfuerzo en innovación en el fatídico 2020, el año de la pandemia. Ya lo proclamamos en marzo de 2020 y nos reafirmamos ahora: la innovación es la mejor arma frente a cualquier revés inesperado. Por un lado, la I+D+i ha permitido conseguir vacunas, tests diagnósticos y tratamientos en tiempo récord y, por otro, ha ayudado a las empresas adaptarse a un nuevo entorno y a encontrar nuevos caminos para seguir siendo competitivas.

El gasto español en I+D creció en 2020 un 1,3%, hasta los 15.768 millones de euros y la intensidad en I+D se situó en el 1,41% del PIB, la tasa más alta de la historia, incluso por encima del 1,4% alcanzado en 2010. Es cierto que esta tasa de intensidad en I+D es engañosa, ya que el PIB sufrió una fuerte contracción en 2020 por el impacto de la pandemia, pero no deja de ser significativo cómo el esfuerzo en innovación se incrementa en un año tan complicado. En Andalucía, el avance todavía fue más llamativo, con una subida del 5,8%, más de 4 puntos por encima del alza nacional y la mayor de la última década, hasta los 1.627 millones de euros.

Es importante tener presente que nunca es tarde para empezar a innovar, pero la I+D+i es una carrera de larga distancia. Los beneficios de ese esfuerzo se alcanzan en el medio y largo plazo de una apuesta constante y bien gestionada. Lo que se ha conseguido de manera sorprendente desde que comenzó la pandemia, como la esperada vacuna en pocos meses, solo ha sido posible gracias a que se llevaba muchos años con un gran esfuerzo en innovación. Como ejemplo, dos empresas de CTA: Rovi, que fabrica en su planta granadina el principio activo de la vacuna de Moderna para toda Europa; o Biomedal, con su proyecto Libredcov, para el desarrollo de nuevas tecnologías diagnósticas para la determinación de riesgos asociados a la Covid19. De la misma manera, el salto digital sin precedentes, al que nos hemos visto obligados las empresas de todos los sectores debido a la pandemia, solo ha sido posible gracias a que esas tecnologías estaban disponibles gracias a un esfuerzo en innovación durante muchos años atrás.

Los citados datos del INE son alentadores, pero aún queda un gran camino por recorrer. Esa intensidad en I+D del 1,41%, pese a ser récord para España, está muy lejos de los países más desarrollados, de la media europea del 2% y del objetivo comunitario del 3%. Confiamos en que los esperados Fondos Next Generation EU, con la prioridad de las transiciones ecológica y digital, se ejecuten de manera que realmente ayuden a saltar ese gap en innovación y contribuyan a hacer el tejido productivo español más tecnológico y competitivo, resiliente para el futuro. CTA se pone a disposición de las empresas y entidades innovadoras para financiar o ayudarles a encontrar la financiación más adecuada a sus proyectos, vertebrar consorcios, encontrar los mejores aliados tecnológicos y desarrollar una estrategia de I+D+i rentable. Seamos optimistas y confiemos en la innovación.



COMPROMISO CONTIENE LA C DE CEPSA

Estamos en la energía de hoy, y trabajando en la del mañana, comprometidos con la transición energética y apostando por el desarrollo sostenible.



CEPSA

Tu mundo, más eficiente.

El atasco en los juzgados, un lastre para la recuperación

Un pleito en la jurisdicción civil o mercantil se revuelve de media en 11 meses, tiempo que se dobla si hay recurso y tiene que resolver la Audiencia Provincial

Juan Esteban Poveda. Fotos: Fernando Ruso

Los juzgados de Primera Instancia de Andalucía tardan de media en resolver un procedimiento 11 meses. En los Mercantiles la espera se eleva hasta el año y cuatro meses. Si hay recurso y tiene que resolver la Audiencia, son 11 meses más de media. Son los datos que aporta el portal jurídico Jurimetría, y que reflejan el atasco en los órganos jurisdiccionales andaluces, un mes de media más lentos que la media española. Un lastre en la recuperación económica. En la maraña judicial hay atrapados millones de euros en reclamaciones de cantidad, embargos, monitorios, indemnizaciones, normas urbanísticas denunciadas, etc.

El clamor de los profesionales de la Justicia ha estallado por la situación de los juzgados de lo Social de



Audiencia Provincial de Sevilla .

Sevilla, donde hay un órgano que tarda tres años y tres días de media en resolver -sobre el que ha alertado incluso el Consejo General de la Abogacía-, y otro está señalando ya para 2026. En el conjunto de la jurisdicción la media de tiempo en emitir una resolución es casi de año y medio (17 meses y 4 días), siempre según datos de Jurimetría.

Pero la acumulación de procedimientos es general en todos los juzgados con relevancia en temas económicos. Si está la administración de por medio, el pleito en lo Contencioso-Administrativo se va a 15 meses y seis días de media, con notable atasco en la sala del TSJA que entiende de estos asuntos.

Según datos del Consejo General del Poder Judicial actualizados al cierre del tercer trimestre, los 120 juzgados de Primera Instancia de Andalucía tenían pendientes de resolver 159.385 asuntos. En todo el trimestre resolvieron algo más de 43.000. Aunque durante todo el año 2022 no les entrase ningún asunto, no lograrían ponerse al día hasta final de noviembre.

Los 15 Mercantiles tenían pendientes al fin del tercer trimestre del año 9.760, cuando en tres meses habían resuelto 1.910.

En la jurisdicción Social tienen pendientes 85.785 asuntos, con 12.176 resueltos en el trimestre. En la

La esperanza está en que los fondos Next Generation den un impulso a la modernización

sala del TSJA, que resuelve menos de 1.300 asuntos al trimestre, tienen 7.707 en cola.

Los juzgados mixtos de primera instancia acumulan 120.050 pleitos que resolver, con 33.338 resueltos durante el último trimestre.

El presidente del TSJA, Lorenzo del Río, lleva años clamando contra la falta de medios. "Tenemos una justicia independiente y competente, aunque sin los medios y recursos óptimos", dijo en septiembre pasado en la apertura del año judicial. "La sobrecarga de trabajo que soportamos y el déficit de medios, personales y materiales, no han de servir de excusa para minorar nuestro esfuerzo como servidores públicos y reflexionar sobre nuestros vicios o rutinas", apostilló.

La esperanza en el mundo judicial está ahora en el buen aprovechamiento de los fondos del Plan de Recuperación New Generation EU para avanzar en la digitalización de la justicia y el despliegue de infraestructuras digitales básicas que aseguren la intermediación digital y el trabajo deslocalizado.



Una de las sedes judiciales andaluzas, afectadas por la falta de medios.

Y que se habilite un canal de atención a la ciudadanía y profesionales, con sistema de cita previa, todo ello en un entorno de ciberseguridad. A ello se suma la materialización del nuevo sistema de gestión procesal @driano, que se encuentra en fase de construcción e implantación, y su plena interoperabilidad.

El vicepresidente de la Junta y consejero de Turismo, Juan Marín, también destacó en la apertura del año judicial que "la implantación y despliegue de Adriano es una realidad, con experiencias pilotos que se están desarrollando" y confirmó que desde la Consejería se hará una apuesta por seguir trabajando en esa línea con la aportación de los fondos Next Generation. "La digitalización y posibilidad de celebrar vistas, como hemos demostrado en la pandemia, con medios digitales que van a ayudar mucho a aliviar la pendencia", manifestó.

La Junta ha solicitado al Ministerio 12 nuevas unidades judiciales y tiene previstas inversiones de 15 millones de euros en un plan de choque que contribuya a desatascar la Justicia.



El auge de contagios ha provocado numerosas cancelaciones en las últimas semanas del año.

Andalucía recupera el 70% de los viajeros y superará los 20 millones

La región ha logrado cumplir las previsiones, el empleo ha crecido un 18% y se acerca a los datos de 2019. El mercado internacional sigue frenado.

Marta Ramos.
Fotos: Alex Zea.

El 2021 ha sido un año de recuperación turística en Andalucía, a pesar de los altibajos y la incertidumbre provocada por la pandemia en las distintas olas. A escasos días de que finalice el ejercicio y sin los datos definitivos, según los cálculos de la Consejería de Turismo, la región ha logrado recuperar el 70% de los viajeros perdidos en 2020 y va a alcanzar unos 20,5 millones de turistas recibidos.

“Esto es una buena noticia, porque demuestra que el turismo está tomando de nuevo impulso, las empresas están recobrando músculo y las expectativas son positivas. Sabíamos que era difícil, ante un panorama tan cambiante como el actual, pero el destino andaluz no solo ha estado a la altura, sino que ha liderado el turismo en nuestro país”, comenta a *elEcono-*

mista Andalucía Juan Marín, vicepresidente de la Junta de Andalucía y consejero de Turismo.

Con estas cifras, que suponen unos siete millones de viajeros más que en 2020, Andalucía ha logrado cumplir y superar las previsiones marcadas al inicio del año por la consejería, aunque todavía está lejos de los datos de 2019, cuando batió récords con 32,5 millones de turistas.

Durante este ejercicio también ha crecido el empleo, superando los 260.000 afiliados en el sector, lo que supone un 18% más que el año pasado y comienza a acercarse a los datos prepandemia. “Hay que quitarse el sombrero ante los empresarios andaluces, porque Andalucía está siendo junto con Baleares la región con el crecimiento laboral más inten-



El turismo internacional aún no ha recuperado el ritmo prepandemia.

so entre las comunidades turísticas españolas", apunta el consejero.

Teniendo en cuenta el comportamiento del turismo este año, las previsiones apuntan a que la Comunidad comenzará a recuperar el ritmo que venía registrando antes de la pandemia en el segundo semestre del 2022. En concreto, las estimaciones de la Junta apuntan a un crecimiento del 30% que elevaría los datos hasta situarse entre los 26 y los 30 millones de euros.

"La previsión es optimista, pero creo que sabiendo conjugar y coordinar nuestra política turística con la actividad empresarial, escuchando y hablando con todo el sector para encontrar juntos las soluciones adecuadas a cada reto que se presente, podremos conseguirlo", apunta Marín.

Igual que sucedió en el año 2020, el turismo nacional ha logrado amortiguar la ausencia de tu-

ristas extranjeros, ya que, aunque este mercado ha registrado mejores cifras que el año pasado, aún no ha logrado recuperar el ritmo debido a la coyuntura internacional que ha llevado a los países emisores a modificar sus protocolos a medida que se iban sucediendo las distintas olas de contagio.

"Cada vez que la pandemia avanza y se imponen restricciones, se frena la actividad. Es innegable, lo estamos viendo desde el principio y de forma cíclica. Aunque también es cierto que ese freno está siendo más suave a medida que sabemos más sobre el virus, que aprendemos a evitarlo y que aparecen herramientas que podemos usar para controlarlo mejor más allá de la vacunación, como el pasaporte Covid", comenta el consejero.

Tras unos puentes de otoño con cifras de récord, la sexta ola ha provocado un aluvión de cancelaciones que está ensombreciendo el cierre del año.

El turismo de lujo apuesta por Sevilla con 25 hoteles

Todos los proyectos de cuatro y cinco estrellas iniciados o culminado desde 2019 hasta finales de este año se mantienen pese a la pandemia y la crisis económica.

Juan Esteban Poveda. Fotos: Fernando Ruso

El turismo de lujo apuesta por Sevilla. El Ayuntamiento hispalense tiene constancia de 23 proyectos hoteleros de cuatro y cinco estrellas iniciados o culminados durante 2019 y 2020, a los que hay que sumar otros dos acordados en 2021. En total, los promotores invertirán sólo en obras más de 350 millones de euros, a lo que habría que añadir los presupuestos de mobiliario, decoración, equipamientos...

El delegado de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla, Antonio Muñoz, ha destacado dos aspectos sobre la evolución de la inversión hotelera en la ciudad. El primero, el hecho de que la inversión se haya mantenido a pesar de la pandemia de la Covid-19. "Por tanto, la industria turística sigue confiando y apostando por Sevilla como destino tanto nacional como internacional. Ninguno de los proyectos anunciados antes de la pandemia se ha echado para atrás".

El turismo de gama alta 'consume ciudad' y todo tipo de servicios.





Y el segundo aspecto, que el crecimiento de la planta hotelera se sustenta sobre hoteles de cuatro y cinco estrellas lo que, a su juicio, envía un claro mensaje de apuesta por un turismo de calidad. “La calidad y la sostenibilidad son las claves del nuevo modelo turístico de la ciudad en la era post-Covid”, según ha agregado.

“La ciudad tiene aún capacidad de crecimiento turístico y la inversión hotelera así lo refleja”, ha añadido. Muñoz ha resaltado, asimismo, la aportación realizada a la generación de empleo por estos nuevos proyectos hoteleros durante la crisis económica y laboral asociada a la pandemia, además de que varios de ellos han optado por rehabilitar edificios antes degradados o sin uso en enclaves históricos de la ciudad.

La mayor parte de las inversiones se concentran en la zona centro de la ciudad. Calle Lagar y Plaza de la Magdalena (ambos proyectos de reciente apertura), Vara del Rey, Ortiz de Zúñiga, Reyes Católicos, Puente y Pellón, Juan Mata Carriazo, Plaza de San Francisco, Plaza de Molviedro, Monsalves, República Argentina, Plaza de la Encarnación, Trajano, San Alonso de Orozco, la Buhaira, San Jacinto, San Pedro, Lasso de la Vega, Maza Carriazo y Plaza Gavidia son los emplazamientos con constancia en los servicios municipales que han otorgado las licencias pertinentes.

Mención aparte merece el proyecto de KKH Property Investors en Los Remedios, gracias a un acuerdo de la promotora con Altadis y el consistorio sevillano para la transformación del antiguo complejo industrial de Altadis, en un hotel de lujo y edificios para equipamientos y actividades económicas, con una inversión estimada de 200 millones de euros. El hotel tendría 200 habitaciones, y sería de 5 estrellas. El proyecto incluye jardines en el entorno del edificio.



Algunos de los proyectos ya han abierto, otros están aún en obras.

El presidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, Manuel Cornax, estima que en términos cuantitativos es un crecimiento asumible de la capacidad hotelera actual. “Supone ampliar la oferta en 1.200 camas cuando en Sevilla ya tenemos una planta hotelera de 30.000 camas. Salvo un proyecto de más volumen, el resto no son hoteles de gran capacidad, sino establecimientos selectos en edificios recuperados en zonas ‘prime’ y de alto nivel”, explica.

Cornax destaca las ventajas de atraer al tipo de turista que demanda estos hoteles: “Alargan su estancia en la ciudad, con lo que no saturan los puntos principales de atracción turística, y además consumen ciudad: comen, hacen compras ... Todo a su nivel, alto o muy alto”.

Buena parte de los hoteles estarán operados además por firmas de prestigio internacional (Radisson acaba de abrir en la Plaza de la Magdalena, como ejemplo más evidente), por lo que se añade el atractivo de que “son hoteles destino, con una clientela fiel a la marca que va a ellos por emblemáticos”.

Turismo

Cádiz será escala en un nuevo itinerario de MSC Cruceros



MSC Cruceros ha anunciado que refuerza su presencia en Cádiz capital, que será puerto de escala en la temporada de verano de 2022 para un nuevo itinerario por el Mediterráneo Occidental de once días y diez noches desde junio y hasta octubre. El recorrido se realizará a bordo de *MSC Orchestra*, que tiene una capacidad de 3.223 pasajeros y aproximadamente 1.300 miembros de tripulación. En una nota, ha explicado que *MSC Orchestra* contará con Málaga y Alicante como puertos de embarque para este itinerario, lo que permitirá a más españoles disfrutar de unas vacaciones seguras y de calidad en el Mediterráneo de manera cómoda y accesible. Se trata de un crucero en el que España y la Penín-

sula Ibérica serán los protagonistas, puesto que contará con un recorrido que incluirá visitas a Olbia, Génova, Marsella, Cádiz, Lisboa, Menorca, y Málaga, además de Alicante y días completos de navegación, según ha señalado la compañía. El director general de MSC Cruceros en España, Fernando Pacheco, ha afirmado que están "este nuevo itinerario demuestra la gran apuesta de la compañía por los puertos y destinos españoles y ofrecerá grandes oportunidades de acercar los destinos del sur de España a cruceristas de todo el mundo". *MSC Orchestra*, que pertenece a la familia Música de MSC Cruceros, es uno de los barcos de la compañía con mayor porcentaje de camarotes exteriores.

Datos del INE

Andalucía concentra el 15,8% de las empresas activas en España



Andalucía concentra el 15,8% de las empresas activas en España. El 18,5% de las empresas activas a fecha del 1 de enero de 2021 se encontraba en Cataluña, con 622.967 compañías. Madrid ocupó el segundo lugar, con un 16,2% del total, mientras que Andalucía fue la tercera comunidad. El número de empresas activas en España comenzó el año en 3.366.570, un 1,1% menos que el 1 de enero de 2020, según los datos del Directorio Central de Empresas (Dirce), publicados este lunes por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Las empresas del sector servicios concentraron el 60,7% del volumen total, con 2.043.693 empresas activas. Estas incluyen a

la hostelería, los transportes, la información, las actividades financieras, las inmobiliarias o los servicios personales, entre otras. El comercio ocupó el segundo lugar, con un peso del 21,2%, seguido de las empresas dedicadas a la construcción, un 12,4%, y las de la industria, con un 5,7% del total. En cuanto al número de asalariados, casi 1,88 millones de empresas (55,8%) no contrataron a ninguna persona, mientras que el 27,3% contaba con uno o dos empleados. Las empresas con 20 o más trabajadores solo representan el 4,5% del total. Las empresas activas con 20 o más empleados fueron más frecuentes en el sector industrial, con un 8,1%.

Antetítulo

La Comunidad atrajo 664 millones de inversión extranjera



España ha recibido durante los nueve primeros meses del año un total de 12.357 millones de euros en inversión extranjera, siendo la Comunidad de Madrid la región que lidera la captación de fondos procedentes del exterior, con 7.878 millones, un 63,8% del total. Así lo reflejan los últimos datos hechos públicos este lunes por la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, relativos al tercer trimestre del año. En términos acumulados -entre enero y septiembre- la Comunidad de Madrid fue la que más volumen de inversión atrajo, aunque lo rebajó un 34,8% respecto al mismo periodo del año pasado. Le sigue Cata-

luña, con un total de 1.899 millones tras aumentar un 3,3%; Andalucía, con 664 millones; Comunidad Valenciana (597 millones); País Vasco (311 millones); Castilla-La Mancha (223 millones); Castilla y León (171 millones); Baleares (168 millones) y Aragón (116 millones). El sector que más inversión extranjera acaparó hasta septiembre fue el de 'suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire', con 2.189 millones, seguido de 'programación y consultoría, con 1.402 millones; y 'comercio al por menor, excepto de vehículos de motor', con 1.073 millones, siempre según los datos de la Secretaría de Estado de Comercio.

ESTEPONA

ACELERA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA CON MÁXIMO HISTÓRICO DE INVERSIÓN PÚBLICA



El Ayuntamiento de Estepona ha movilizado el mayor volúmen de inversión pública para **dinamizar la economía y contribuir a la gran transformación y modernización que vive la ciudad desde 2011.**



Sede central de la empresa en Castellar (Jaén).

Castellar multiplica sus ventas en Navidad y facturará 40 millones

La empresa de mariscos ha logrado superar de la campaña de 2019, año de mayor actividad en sus más de 50 años de trayectoria y prevé crecer un 10% en 2022. La compañía ha reforzado su plantilla con 45 trabajadores para hacer frente a la temporada alta.

Marta Ramos. Fotos: eE

El marisco ha vuelto a ser la estrella de todas las mesas en las comidas de Navidad, la demanda se multiplica en las fechas previas a las fiestas y el precio de algunos productos se dispara en el mercado. Un sector en el que la andaluza Castellar tiene un papel de liderazgo no solo en Andalucía, sino también en otras Comunidades como Madrid, Extremadura o Castilla-La Mancha.

La empresa jienense, que lleva más de medio siglo elaborando y distribuyendo productos del mar, ha multiplicado sus ventas en estas últimas semanas y ha logrado incluso superar las cifras de 2019, el año de mayor actividad de su larga trayectoria.

A pesar de la incertidumbre que ha marcado el mes

de diciembre y el inicio de las fiestas con el auge de contagios y la amenaza de huelga del transporte, la empresa asegura que está siendo una Navidad muy positiva en lo que a ventas se refiere.

“Esta campaña ha tenido tanta o más incertidumbre que el año pasado, pero a pesar de toda la información negativa, de las subidas de precio y de todo está habiendo alegría en las compras navideñas, los datos demuestran que está siendo una época de consumo normal y vamos a terminar la campaña bastante bien”, comenta a *elEconomista Andalucía* Josefina García Calero, directora general de la empresa.

Con estos datos, Castellar estima cerrar el año con una facturación que ronda el 40%, lo que supone



Castellar ha contratado a 40 personas más para la temporada de Navidad.

entre un 10% y un 15% más que en 2019. Las previsiones son optimistas también para el año que comienza y la compañía prever seguir con su ritmo de crecimiento y aumentar otro 10% su actividad.

El aumento de la producción y las ventas en Navidad ha estado acompañado por un importante aumento de la plantilla que se ha visto reforzada con 45 trabajadores eventuales, que se han sumado en los últimos meses del año a los más de 120 fijos. "Parte de este equipo se va a quedar en la empresa como trabajadores fijos porque llevamos un tiempo con un proyecto nuevo de desestacionalización y estamos desarrollando una serie de productos de consumo diario que nos va a ayudar a tener una plantilla fija más amplia y a tener más actividad en nuestra sala de elaboración durante los primeros meses del año, que son los más bajos en lo que a elaboración se refiere", comenta la directora.

Los cuerpos y las bocas de mar han vuelto a ser esta Navidad los productos más vendidos, además de los tradicionales langostinos, gambas y carabineros, que son los que más han incrementado su precio por la bajada de las capturas. "Hemos querido ajustar nuestro margen de beneficio para no repercutir toda la subida en la campaña de Navidad, lo hemos hecho en los productos que hemos podido, pero ha subido todo: la materia prima, los envases, la electricidad, el transporte...", apunta García Calero.

Alemania, nuevo mercado

La compañía, que vende sus productos en Portugal, Reino Unido y Países Bajos, ha logrado incrementar sus ventas también en el comercio exterior y aunque aún no han recuperado el ritmo prepandemia, el 10% de la facturación de este año se ha generado fuera de España.

En lo que a exportación se refiere, Castellar se marca para 2022 el reto de captar Alemania como nuevo mercado.

"Hemos conseguido mantener un crecimiento en las exportaciones también durante este año y es

165

Trabajadores que forman la plantilla de la empresa durante la campaña de Navidad

uno de los pilares en los que nos queremos centrar durante el próximo ejercicio, con la estrategia de posicionar nuestros productos fuera de España".

Afianzar su liderazgo en los territorios consolidados y explorar nuevos mercados es el principal objetivo de esta empresa que lleva el sabor del mar por toda España desde el interior de Andalucía.



Las gamas siguen siendo uno de los productos más vendidos en Navidad.



El sector prevé una importante subida de precios a partir de enero.

La sexta ola lastra la recuperación de la hostelería en plena Navidad

Las comidas de las grandes empresas y organismos públicos se han cancelado por el aumento de contagios. Los bares y restaurantes celebran la puesta en marcha del 'pasaporte covid' como garantía de seguridad para clientes y empleados

Marta Ramos. Fotos: Alex Zea.

El 2021 estaba siendo un año de recuperación para la hostelería, uno de los sectores más afectados por la pandemia. El buen ritmo vacunar y las positivas cifras registradas en verano y otoño hacían prever una Navidad récord con bares y restaurantes llenos, sin embargo, la repentina explosión de la sexta ola ha truncado las expectativas provocando un aluvión de cancelaciones sobre todo en las comidas y cenas de empresa.

"Hemos tenido más de un 20% de cancelaciones, las comidas más importantes, las de las grandes empresas, entidades financieras, ayuntamientos y diputaciones se anulaban de un día para otro. Solo se han mantenido las reuniones de familiares y amigos y con menos personas. Además, hemos sufrido reservas no presentadas, es decir no cancelan, no avisan y directamente no aparecen, esas mesas no se pueden volver a poner en el mercado, una me-



El 20% de las comidas y cenas de empresa se han cancelado por el aumento de contagio.

sa que no se presenta está perdida", comenta a *elEconomista Andalucía* el presidente de la Federación Andaluza de Empresarios de Hostelería (Horeca), Francisco de la Torre.

La Navidad es una de las temporadas clave para el sector, entre noviembre y enero las empresas generan el 25% de la facturación de todo el año, ya que en estas fechas especiales los menús que se sirven tienen un precio más elevado, rondando entre los 45 y los 50 euros de media.

A pesar de que las autoridades no han puesto en marcha ningún tipo de restricción, la ciudadanía ha decidido cancelar las reuniones multitudinarias por miedo ante el aumento de la incidencia que ya supera el riesgo alto en algunas zonas, lo que ya está lastrando la recuperación del sector, que en principio se preveía en unos dos años.

"Si esto sigue así vamos a tardar entre cuatro y cinco años en recuperar las cifras, tenemos una mochila muy grande, de financiación, de ICO, eso hay que seguir pagándolo", lamenta el presidente de Horeca. Esta situación se suma al aumento de precios de los suministros y las materias primas, que como todos los sectores, también viene sufriendo la hostelería que acumula este año un sobrecoste que ronda entre el 20 y el 25%. La electricidad y el gas han incrementado su coste alrededor de un 25% y productos básicos como la leche, el pan, el pescado, la carne, las frutas, las hortalizas o los ibéricos tam-

bién cuestan ahora casi un 20% más caro. Hasta ahora el sobrecoste lo están asumiendo las empresas, aunque el sector prevé incrementar el precio de sus servicios a comienzos de año.

A pesar de estas circunstancias, el 2021 ha sido positivo para el sector que el año pasado perdió más del 60% de su facturación. Los bares y restaurantes han recuperado de media un 70% de su actividad y aún están a un 30% de las cifras de 2019.

70%

Es el porcentaje de actividad que ha recuperado el sector con respecto al 2019

Con los contagios en aumento, el Gobierno Andalus lograba justo antes del inicio de la Navidad la puesta en marcha del *pasaporte covid* para acceder a bares, restaurantes y locales de ocio nocturno. "Lo vemos bastante positivo por dos razones: por un lado, porque así una vez más la hostelería demuestra que somos sitios seguros que nuestras empresas cumplen con toda la normativa, para que los ciudadanos confíen en nosotros y por otro lado es una garantía para nuestros clientes y también para nuestros empleados. El *pasaporte covid* es tranquilidad para todos", concluye el presidente de Horeca.

El sector del plástico jienense compite ya en PIB con el olivar

Con 1.500 millones de euros anuales de aportación a la riqueza de la provincia, ha tenido un papel clave para abastecer a España de equipos de protección anticovid

Juan Esteban Poveda. Fotos: Andaltec

El olivar en Jaén es lo obvio. Más de sesenta millones de árboles adornan toda la provincia. Sin embargo, el aceite no es ya siempre líder en aportación al PIB jienense. Desde 2018 los datos indican que la fabricación de plásticos aporta ya 1.500 millones de euros anuales a la riqueza de la provincia. Más incluso que el aceite.

Jaén reúne al 25% de las empresas del sector en Andalucía, según el Centro Tecnológico del Plástico (Andaltec), que tiene su sede en Martos. El sector genera en la provincia unos 4.000 empleos (excluido Valeo) con alrededor de 80 empresas.

El buque insignia es Valeo, con más de 3.000 empleos directos. En Martos fabrica sistemas de iluminación para las principales marcas de automoción.



La industria del plástico ha sido clave para abastecer al país de equipos de protección anticovid.

En torno a esta factoría está el principal foco industrial de la provincia. También en Martos están Retuc y Proinsur, con plantas de fabricación en España, Marruecos y Rumanía. A pocos kilómetros, en Alcalá la Real, producen Derprosa, Condepols y Bandesur, referentes en el sector del *packaging*. También figuran en la lista Envases Sopladados (Andújar), Plasal (Alcaudete), Benzaplastic (Alcalá la Real), Diseños NT o Flexia Films, entre otras. La última en llegar, la japonesa Takahata, ha elegido La Carolina para su centro de operaciones en Europa.

El sector se caracteriza por la innovación constante y su capacidad exportadora, según explica Daniel Aguilera, responsable de Desarrollo de Negocio de Andaltec, el Centro Tecnológico del sector, con sede en Martos. Las industrias vinculadas a la automoción y a productos complejos que incorporan componentes electrónicos, están sufriendo escasez de materia prima. Lo que todas están encontrando son muchas dificultades en la logística de transporte y exportación, pues no se encuentran contenedores "y lo que hay ha disparado los precios. Hemos pasado de portes de 1.200 a 10.000 euros o más según destinos, y todo sometido a fluctuación continua, lo que hace mucho daño", apunta Aguilera.

Jaén concentra al 25% del sector andaluz, con 80 empresas de alta capacidad exportadora

En Andaltec, como centro investigador y de innovación, rechazan la etiqueta de *producto maldito* que se le está colocando al plástico. "Lejos de demonizarlo, no es el problema, sino parte de la solución. Hay un potente desarrollo de materiales plásticos más sostenibles, más reciclables, que ayudan a reducir consumo de energía en la automoción por su resistencia y poco peso, que conservan mejor la comida y evitan el desperdicio", dice Aguilera.

El futuro, indican desde Andaltec, pasa por la economía circular, por eliminar los plásticos de un solo uso y apostar por productos reciclables, fabricados con material reciclado y que se puedan reutilizar. También se reivindica el papel del sector en la crisis del Coronavirus, ya que casi todo el material de protección está fabricado con plástico: mascarillas, pantallas protectoras, mamparas, guantes o batas hechos en tiempo récord y con un coste muy reducido. Andaltec participa en decenas de proyectos de investigación nacionales e internacionales, lo que incluye iniciativas como el desarrollo de un cargador inalámbrico para vehículos eléctricos, el desarrollo de un bioplástico a partir de la piel del tomate o la creación de envases inteligentes para alimentos.



Prototipos elaborados con moldes de silicona.



Trabajo de investigación en Andaltec, centro tecnológico del sector.

**Juan Vilar Hernández**

Doctor en Economía, analista oleícola internacional,
consultor estratégico y profesor de la Universidad de Jaén

El olivar andaluz aporta al mundo el 40% del aceite de oliva con calidad excepcional

Andalucía es la mayor potencia en olivicultura del planeta, solo superada en producción por España, como unidad geopolítica, y en superficie, exclusivamente tanto por España, como por Túnez. En cuanto a superficie ostenta del orden de 1,66 millones de hectáreas pobladas de olivos; un 60 por ciento cultivados en régimen de regadío, siendo el resto de secano. Por categorías, casi el 70 por ciento es olivar tradicional, y el restante, algo más del 30 por ciento moderno, es decir en seto, e intensivo. Produce el 40 por ciento del aceite de oliva y el 20 por ciento de la aceituna de mesa a nivel mundial. El olivo en Andalucía supone el 26 por ciento de la producción agraria, siendo el segundo sector agrícola a nivel económico. Es el que más empleo genera, con 32 por ciento de mano de obra agraria. Aceite de oliva y aceituna de mesa representan ya el 3 por ciento del PIB total de Andalucía.

La balanza comercial del mercado exterior del Aceite de Oliva alcanzó los casi 1.800 millones de euros en el año 2019, lo que representa un aumento del 70 por ciento en el período 2009 a 2019. Representa el 28 por ciento de las exportaciones agroalimentarias de Andalucía, suponiendo el 14 por ciento del total de superficie de olivar que cubre el planeta.

En términos económicos, genera en una campaña media como la actual un volumen de negocio de entre 4.500 y 5.000 millones de euros, y da empleo directo e indirecto a casi 5 millones de personas incluidas en más de millón y medio de familias. Si nos referimos a las exportaciones, estas supondrán de forma aproximada 850 mil toneladas en volumen, y algo más 2.000 millones de euros, dependiendo de la tendencia y cotización de los precios. La actual campaña, ya iniciada, se está caracterizando por una anticipación en la recogida, lo que les está otorgando a los aceites de oliva una calidad excepcional, cada vez mayor, y aunque la fruta previsiblemente recolectada será inferior a otros años, algo menos de 4,5 millones de toneladas. En este caso están ostentando un contenido de aceite algo superior a la media de las últimas diez campañas, ello posibilitará que un año más, los aceites de oliva, en todas sus categorías, deleiten los paladares de los casi 200 países donde se consumen, haciendo que un sector estratégico para Andalucía, sea universalmente conocido y valorado.

Internacionalización

Lidl exportará a Europa aceite de oliva de producción andaluza en 2022



La cadena alemana de supermercados Lidl ha anunciado que en 2022 comenzará a exportar a Europa el aceite de oliva virgen extra (AOVE) de la marca Olivar Tradicional, que comercializa en sus tiendas de España desde el pasado mes de febrero y que es de origen 100% andaluz. La compañía ha decidido dar un paso más en su compromiso con el desarrollo sostenible del sector oleícola andaluz y exportará este aceite, que proviene en un 90% de Jaén, a

las 160 tiendas que tiene en Suiza. Se trata de un primer paso en la internacionalización de este producto, ya que el objetivo de la compañía es llevarlo también a otros países en los que opera. El aceite de Olivar Tradicional que vende Lidl es fruto de un acuerdo conjunto firmado hace un año con UPA y Migasa, que establece una retribución justa para el agricultor y garantiza la rentabilidad de las explotaciones agrarias certificadas como olivar tradicional.

Agricultura

El campo vuelve a la calle contra la subida del coste de producción



El sector agrario andaluz, representado por ASAJA, COAG, UPA y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, ha retomado con fuerza las movilizaciones ante la grave crisis generada por el "indiscriminado aumento de los costes de producción", que están lastrando la viabilidad económica de las explotaciones agrícolas y ganaderas de la comunidad autónoma. Las organizaciones agrarias y cooperativas han reforzado la unidad de acción en un momento crítico

co para el sector agrario y ganadero y han vuelto a salir a la calle, la primera concentración ha tenido lugar este mes en Córdoba y anuncian nuevas movilizaciones en enero en otras provincias para "concienciar a la sociedad de los problemas de rentabilidad que sufre el sector y para exigir a las administraciones medidas que palién la crítica situación por la que atraviesan los productores andaluces", han indicado desde COAG.

Empresas

Hicron se establece en Málaga TechPark y creará 15 empleos en 2022



La empresa polaca Hicron acaba de anunciar la instalación de un Delivery Hub en Málaga TechPark. Hicron opera a nivel internacional, prestando sus servicios informáticos y empresariales a grandes y medianas empresas de todo el mundo: en Australia, Estados Unidos, Oriente Medio y Europa. La compañía pretende generar 15 puestos de trabajo durante el próximo 2022 y tiene como objetivo alcanzar los 35 empleados de IT junto con personal

de administración en 2024, a través de profesionales con experiencia en el sector y la incorporación de nuevos empleados que provengan de la comunidad universitaria. El objetivo que persigue la compañía en la capital malagueña es aumentar sus capacidades para generar nuevos desarrollos para sus clientes, a la vez que apuesta por nuevos mercados que continúen con su tendencia de crecimiento ascendente.

Ayudas

Dos millones de euros para impulsar el comercio y la artesanía



La Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades ha abierto convocatoria para conceder ayudas por valor de dos millones de euros destinadas a ayuntamientos con el objetivo de impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en sus respectivos municipios. La Consejería destaca el "importante papel económico y social" que ejerce el pequeño comercio en el ámbito local, "proporcionan-

do servicios y bienes accesibles y cercanos a la ciudadanía, caracterizando los barrios y las ciudades y constituyendo, en muchos casos, una parte de su espacio histórico y de su patrimonio cultural". El plazo para solicitar los incentivos, que se convocan en régimen de concurrencia competitiva, finalizará el día 31 de enero. La cuantía máxima a subvencionar será de 60.000 euros y con los recursos concedidos se cubrirá un porcentaje máximo del 75%.



La empresa tiene cuatro sedes en Andalucía y prevé seguir creciendo.

InnovaSur industrializa la ciberseguridad para las pymes

La empresa jienense, que ha multiplicado su actividad durante la pandemia, cierra el año rozando los 12 millones de euros de facturación y estima crecer un 30% en 2022. La compañía cuenta con más de 100 empleados y tiene delegaciones en Sevilla, Córdoba y Granada

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

La pandemia ha acelerado todos los procesos de transformación digital previstos para los próximos años. Las empresas y los organismos públicos han tenido que transformarse en tiempo récord para seguir ofreciendo sus servicios en un contexto en continuo cambio. Un escenario en el que ha jugado un papel clave InnovaSur, una empresa jienense de nuevas tecnologías que ha logrado industrializar la ciberseguridad y hacerla accesible

ble a las pequeñas y medianas empresas (pymes), que actualmente son las más vulnerables.

En este sentido, la compañía ha puesto en marcha 'Sequo', un nuevo servicio de ciberseguridad con el que pretende proteger a las empresas de los ataques digitales que han proliferado en los últimos meses y que provocan importantes pérdidas económicas en las compañías que los sufren.

“El principal problema es que las pymes aún no tienen concienciación de la necesidad de dar seguridad a su información. Ya nadie discute que ya cualquier empresa que necesita conexión Internet y una página web, pero aún se desconocen los peligros de no tener ciberseguridad. Las pymes son las más expuestas y las más vulnerables, porque son las que menos han invertido en esta materia y las que están sufriendo más ataques”, explica a *elEconomista Andalucía*, Juan José Prieto, CEO de InnovaSur.

La empresa lanzó en noviembre este nuevo sistema que acercará a las pequeñas compañías las herramientas con las que las grandes empresas y organismos públicos se blindan en el mundo digital.

La aceleración de la transformación digital y la necesidad de reforzar la seguridad ha multiplicado la



La plantilla de la InnovaSur está formada por más de 100 profesionales.

actividad de esta compañía tecnológica andaluza que en 2022 celebrará su 15 aniversario de actividad. El crecimiento comenzó en la segunda mitad del 2020 y este año lo cierran con una facturación que rondará entre los 10 y los 12 millones de euros, lo que supone un 40% más que el ejercicio anterior.

Las previsiones para el próximo año también son positivas, la compañía estima aumentar su facturación un 30%, gracias sobre todo a los servicios de ciberseguridad y a los proyectos de *smartcities* que está desarrollando en distintos puntos de Andalucía y Extremadura.

Fuera de España la empresa está desarrollando un proyecto de ciudad inteligente en Lisboa y aunque la internacionalización no está entre sus principales objetivos, si que cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar encargos puntuales.

La plantilla ha crecido al mismo ritmo que la actividad de la empresa superando ya el centenar de profesionales, lo que supone casi el doble de los trabajadores que formaban la empresa cuando comenzó su actividad.

“Tenemos un hándicap grande que es encontrar profesionales porque el sector tiene una gran demanda de personal cualificado, se buscan sobre todo ingenieros de telecomunicaciones y de informática”, comenta el CEO.

InnovaSur, que tiene su sede central en el Parque Científico y Tecnológico Geolit de Mengíbar, cuenta con delegaciones en Granada, Córdoba y Sevilla y prevé seguir aumentando su presencia por la región. Seguir creciendo y ayudando a las empresas en la nueva era digital es el principal reto de la compañía que comienza a liderar el mercado.



La formación de mano de obra cualificada y la innovación tecnológica son prioritarias para la industria local.

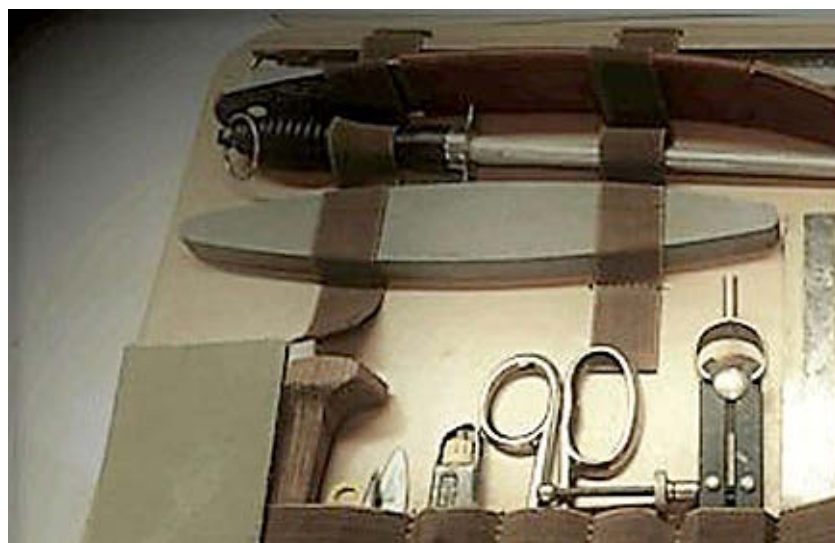
La industria del lujo y la piel de Ubrique tendrá 'embajador' en París

En el último año han comenzado a producir en el municipio gaditano nuevas marcas francesas y se están recibiendo nuevos encargos de diseñadores emergentes que apuestan por nuevos materiales. Las empresas demandan más suelo industrial y mano de obra cualificada para seguir creciendo

Juan Esteban Poveda. Fotos: Móvex y Bypiel

Javier Gallego, director del centro tecnológico de la piel de Ubrique, Móvex, se ríe cuando se le pregunta cuántas posibilidades hay de que un bolso que nos llame la atención en la mejor tienda de los Campos Elíseos se haya fabricado en la sierra gaditana. "Las posibilidades son bastante altas", acaba admitiendo. El ejemplo de París no es gratuito. Los marroquinos de Ubrique tienen en la capital gala una de sus plazas fuer-

tes. "Todas las grandes marcas francesas están trabajando aquí", asegura Gallego. Hay "dos o tres" nuevas empresas vinculadas a la capital francesa que han abierto fábrica en 2021, a pesar de la crisis. Y se están recibiendo multitud de pedidos de diseñadores emergentes de este país, que buscan en Ubrique la excelencia en la fabricación de bolsos a partir de nuevos materiales, más sostenibles, pero igualmente exclusivos.



Las primeras marcas del mundo han encontrado en Ubrique calidad, capacidad y confidencialidad para fabricar sus productos.

A través de Extenda, Ubrique tendrá un 'embajador' en París que facilite contactos y relaciones comerciales. "El mercado francés se está fortaleciendo mucho", indica Gallego. La previsión es que en 2022 sigan llegando nuevos clientes y empresas galos.

Los bolsos de Ubrique, además de en París, se pueden encontrar en las mejores calles comerciales de Europa. Tienen presencia ya en el mercado chino y en 2021 se comenzó a trabajar en Corea y Japón. Se están tocando nuevos segmentos, como la restauración a través de restaurantes con estrella Michelin, campos de golf, o la decoración e interiorismo. Accesorios deportivos, cartas, paneles de decoración, cojines, lámparas, etc.

En 2018 se estimaba que la mitad de la producción de Ubrique se exportaba. Ese porcentaje ha crecido. La estructura empresarial de la piel en Ubrique es compleja. Es un mundo hermético, poco dado a dar cifras. Saber cuántos talleres hay es difícil, porque a menudo se agrupan en una misma sociedad, pero la estimación es de unos 200. El 15% del tejido productivo son medianas empresas, entre 10 y

49 empleados. Las grandes representan el 1,2% del total. Hay empresas tractoras, matrices que subcontratan en el pueblo parte de su producción, y fábricas de marcas que producen para su sello. La producción en cadena se está generalizando. "Hay una estructura cada vez más profesionalizada", apunta Gallego. Se estima que la piel soporta unos 5.000 empleos en una población de poco más de 15.000 habitantes.

De hecho, ahora mismo uno de los principales problemas de las empresas es encontrar mano de obra cualificada. Lo confirma Juan Enrique Gutiérrez, de la Escuela de Artesanos Bypiel. "Los índices de inserción de los alumnos son del 95%. Hay una gran demanda de las fábricas. Para entrar a los cursos de la escuela hay lista de espera.

La localidad también tiene pendiente de resolución la escasez de suelo industrial. El nuevo PGOU, que contempla la ampliación del polígono industrial, está en proceso de tramitación. Mientras, admiten los industriales, apenas si quedan parcelas disponibles. "Y hay demanda", asegura Javier Gallego.

Almería se consolida como vivero nacional de la flor de Pascua

La provincia, que produce más del 25% de las plantas que se comercializan en España, ha superado este año los tres millones de pascueros. El aumento de precios de los suministros y las materias primas también está afectando a las empresas del sector con importantes sobrecostes.

Marta Ramos. Fotos: Alex Zea.



Almería ha producido más de tres millones de pascueros esta Navidad.

Las calles y los hogares andaluces se han vuelto a vestir de rojo este año para celebrar la Navidad. La flor de Pascua es tradicionalmente la estrella de las fiestas en lo que a decoración se refiere. Almería, de donde procede más del 25% de las macetas que se comercializan en España, ha aumentado este año su producción superando los tres millones de plantas.

Las especiales condiciones climatológicas de la provincia hacen que sus viveros sean los mejores lugares para producir poinsettias, una flor que tiene su origen en Méjico pero que se ha convertido en una tradición navideña en España y otros países europeos donde también se comercializa.

La producción de *Euphorbia pulcherrima*, nombre científico de la flor de Pascua, genera un importante impacto económico en la provincia de Almería, ya que los ayuntamientos de la mayoría de municipios andaluces invierten cada año más en estas plantas para decorar sus calles y plazas.

El sector, que este año ha aumentado notablemente su actividad, también está sufriendo los aumentos de precio en materias primas con incrementos de hasta el 36% en consumibles, del 12% en sustratos y de casi el 48% en el transporte.

A pesar de esta situación, los pascueros prácticamente no han variado su precio en el mercado y se han seguido vendiendo entre tres y seis euros dependiendo de la variedad y el tamaño.

Viveros Guzmán es una de las principales empresas andaluzas del sector de las flores y plantas ornamentales y en Navidad se convierte en un importante centro de ventas. Aunque tiene su sede central en Coín (Málaga), cuenta con centros de producción en Almería, donde se producen las flores de Pascua que luego comercializa por toda España.

La empresa ha aumentado este año casi un 20% su producción de pascueros. Según indica a *elEconomista Andalucía* su responsable de Relaciones Públicas, Antonio Villanueva, aún sin concluir la temporada, la compañía ha comercializado ya alrededor



Antonio Villanueva, responsable de Relaciones Públicas de Viveros Guzmán, uno de los principales productores de flor de Pascua.

de 1,5 millones de plantas de las diferentes variedades y tamaños de poinsettias.

“Francamente está siendo una campaña muy satisfactoria tanto de en la venta de plantas en general como en otros artículos relacionados con la Navidad, como la decoración”, comenta Villanueva.

La producción y comercialización de flor de Pascua da empleo en Viveros Guzmán a unas 300 personas de manera directa e indirecta, por lo que su cultivo es muy importante para la compañía. Además, la empresa es una de las pocas españolas que produce pascueros en variedad ecológica, una modalidad poco conocida entre los consumidores.

La flor de Pascua ofrece además para los viveros una alternativa de cultivo para la temporada de invierno cuando por el frío no se pueden producir otras variedades. Aunque su color original es el rojo, la industria ha creado otras variedades en tonos rosa, blanco y amarillo o incluso decorados con purpurina.

Los pascueros comienzan a sembrarse entre julio y agosto, mientras que la campaña de ventas se inicia a finales de noviembre y se extiende durante toda la Navidad, aunque la mayor parte se vende antes del 24 de diciembre.

Los viveros, floristerías, grandes almacenes, supermercados, tiendas de decoración e incluso los mer-

cadillos se llenan de flores de pascua, su reducido precio y la facilidad de encontrarlas en casi cualquier parte hacen que las poinsettias se cuelen en todos los hogares.

La tradición de esta planta ligada a la Navidad hace que tenga un marcado carácter estacional, con lo cual las que no se vendan durante estas fechas son retiradas del mercado y reutilizadas para hacer compost.

25%

De la flor de Pascua que se vende en España se produce en los viveros de Almería

La Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (Coexphal) ha puesto en marcha la campaña ‘Por una Navidad más natural y sostenible’ con el doble objetivo de, por un lado, remarcar la importancia de colocar plantas en los hogares y en las calles y además ofrece “una opción más sostenible al tratarse de un ser vivo cuya presencia en los hogares puede alargarse más allá de las fiestas navideñas”.

Temperaturas templadas y luz natural son la clave para que la flor de Pascua sobreviva a la Navidad y siga adornando los hogares durante todo el año.



La Andalucía rural protege a su comercio tradicional

El Ayuntamiento de Otura (Granada) ha puesto en marcha una herramienta digital para dar a conocer las empresas locales e impulsar sus ventas, mermadas por la pandemia.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

Una de las floristerías que forman parte del catálogo 'Yo compro en Otura'

El comercio tradicional, que lleva años sufriendo una importante crisis, ha sido uno de los más azotados por la pandemia, un escenario que se agrava además en las zonas rurales. Con el fin paliar esta situación, el Ayuntamiento del municipio granadino de Otura, ha puesto en marcha la primera red de empresas locales para promocionar los negocios y contribuir a impulsar la economía del pueblo.

La innovadora herramienta consiste en una página web en la que todas las empresas del municipio aparecen geolocalizadas y con toda la información necesaria para que cualquier persona pueda encontrarla fácilmente.

Un mapa interactivo dividido en seis categorías (alimentación, comercio, educación, hostelería-turismo, moda-complementos y servicios) en el que aparecen desde floristerías, hasta pescaderías, fruterías, bares, tiendas de informática, salones de belle-

za, talleres mecánicos o asesorías de seguros.

Desde el Ayuntamiento de la localidad explican que esta iniciativa responde a razones sociales, ya que los comercios locales invierten en el futuro de la comunidad, económicas porque los ingresos de estas empresas repercuten en la economía local, y ambientales por el impulso a la compra de productos de kilómetro cero.

La plataforma *yocomproenotura.es* alberga ya más de 40 negocios y continúa abierta para las empresas que se quieran adherir, para lo que solo deberán dejar sus datos en la propia página web.

Antonio Martín, propietario de la tienda de informática Work&Play, fue uno de los primeros en sumarse a este proyecto que pretende poner en valor la economía local. "La iniciativa nos parece muy positiva, se agradece que el Ayuntamiento mire por los comercios. Llevamos un par de años muy duros con



El proyecto fomenta la digitalización de las empresas.

la pandemia, la gente cada vez tiene menos poder adquisitivo, todavía no hemos notado un gran incremento, pero sí que estamos teniendo ventas y eso se agradece", comenta a *elEconomista Andalucía*.

Ayudar a las empresas en su digitalización y en la puesta en marcha del comercio electrónico es una de los objetivos que persigue esta campaña, ya que la pandemia ha multiplicado las ventas *online*, pero están siendo los gigantes comerciales los que están acaparando en gran medida este crecimiento del sector.

"La gente cada vez compra más a través de Internet, pero en plataformas como Amazon y Aliexpress y eso nos está haciendo mucho daño al comercio local", lamenta el empresario.

El proyecto ha sido desarrollado por la concejalía de Comercio de Otura gracias a dos subvenciones distintas de la Diputación de Granada, por importe total de más de 16.000 euros, que servirán también para desarrollar campañas de fomento del comercio electrónico en el municipio.

El impulso al comercio y la economía local en Otura ha tenido premio esta Navidad y es que la iniciativa del Ayuntamiento en colaboración con la Asociación de Comerciantes de Comempo ha incluido además el sorteo de diez cestas con productos y servicios de empresas locales entre los clientes de los mismos establecimientos, lo cual genera un impacto doble en la economía del municipio.

"La gente ha comprado estos días con más ilusión para que le pusiésemos el sello en la papeleta y así



La herramienta da a conocer los servicios del pueblo.



La red muestra empresas de seis categorías.

poder participar en el sorteo", destaca Antonia Torres, propietaria de una floristería en el municipio.

Iniciativas como la de Otura se repiten en otros municipios andaluces donde entidades públicas y privadas aúnan sus fuerzas para salvar al pequeño comercio, ese que dibuja la particular idiosincrasia de cada pueblo, prestando servicio incluso en los momentos más complejos y dinamizando la economía local.

Yo compro en Coin, Yo compro en Atarfe o Yo compro en Puente Genil son algunos de ejemplos de estas redes con las que el pequeño comercio pretende captar el respaldo de sus vecinos para lograr hacer frente a la gigantesca competencia que suponen las grandes plataformas de venta *online*.



Álex Zea

El inicio de la vacunación para los niños arroja un halo de esperanza en mitad de la sexta ola

La valentía de los niños andaluces acudiendo en masa a vacunarse contra la Covid-19 para contribuir a frenar entre todos la pandemia ha marcado la imagen del mes en Andalucía. Un hito no exento de polémica, pero muy esperado en todo el país, que ha coincidido con la explosión de contagios de la sexta ola justo al inicio de la Navidad.