



**INFORME**  
**RETOS Y OPORTUNIDADES DE LOS**  
**SECTORES Y TERRITORIOS**

# SECTORES

## Hostelería y Turismo

La Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo tiene claro que su principal reto pasa por un cambio de mentalidad por parte de las administraciones públicas, que tienen que reorientar sus actuaciones para promover de forma conjunta el desarrollo del sector. El destino turístico Granada necesita recursos económicos para poder competir, para poder optar a un turismo de calidad que eleve el tiempo de estancia y las pernoctaciones. Para ello, es esencial que las administraciones con competencias turísticas y las instituciones vinculadas al sector (Alhambra, Parque de las Ciencias, Cetursa, etc.) trabajen de la mano para constituir una comisión de trabajo –dotada de un fondo finalista- que desarrolle una estrategia de promoción global que saque el mayor partido a los inmejorables recursos turísticos de Granada.

Además, las empresas tienen que llevar a cabo importantes inversiones en materia de digitalización, vital para el posicionamiento de las empresas, y de especialización, tanto en materia de alojamiento como en materia gastronómica. “Tenemos que adaptarnos al turista que está por venir. Un turista que usa permanentemente las redes sociales y que busca experiencias únicas”, explica el presidente de la Federación de Hostelería, Gregorio García.

El otro gran reto, que encierra en sí mismo grandes oportunidades no solo para el propio sector turístico sino también para los sectores tecnológico, de instalaciones, de ingeniería y de consultoría medioambiental, es la sostenibilidad. “La empresa que en diez años no sea sostenible va a tener dificultades para mantenerse en el mercado”, indica García.

Los fondos europeos Next Generation deben ser un acicate para afrontar estos desafíos e impulsar los objetivos estratégicos del sector. La Federación de Hostelería detalla algunos de los retos que debería afrontar esa comisión institucional y que podrían beneficiarse de las ayudas de la UE: el proyecto para acercar la Alhambra a la ciudad; el concurso de ideas para la construcción del teleférico a Sierra Nevada; el estudio sobre la ampliación de la estación de esquí; el tren a la Costa Tropical; la conexión ferroviaria con el Levante; la construcción de un gran museo cultural en la ciudad; y la diversificación del sector industrial de la provincia.

## **Construcción y promoción**

La Asociación de Constructores y Promotores (ACP) de Granada señala varios retos inexcusables para el sector en los que la administración juega un papel clave: mejorar la seguridad jurídica; simplificar la burocracia; impulsar la licitación de obra pública; y facilitar la colaboración público-privada, esencial para que la recuperación sea ágil y los fondos europeos sean realmente útiles.

Además, el gran desafío a medio y largo plazo del sector de la construcción pasa por la industrialización, por ir “de lo artesano a lo industrial”, según explica el presidente de ACP Granada, Juan de Dios Molinero. “Tenemos que evolucionar hacia viviendas sostenibles y de menor precio, lo que sin duda es un gran reto tecnológico e industrial”. Este horizonte generará oportunidades sobre todo para las empresas tecnológicas, pero también para las de ingeniería, consultorías medioambientales y mecanización de procesos.

Desde ACP recuerdan que las empresas promotora y de la construcción, un sector transversal clave para el desarrollo de infraestructuras y la regeneración urbana, jugarán un papel fundamental cuando lleguen los fondos Next Generation. “Las ayudas europeas pasan por la construcción. Pero para que realmente beneficien al sector y a la economía de Granada, tienen que llegar con agilidad, con transparencia y con permeabilidad, asegurado el reparto de forma equitativa”.

## **Comercio**

La pandemia ha supuesto un antes y un después para el comercio de proximidad. Los puntos fuertes de este formato son el asesoramiento personalizado, la variedad de productos, la proximidad y el ahorro, factores que se ‘perdieron’ durante los cierres y los confinamientos. Esto ha puesto entre la espada y la pared al sector, que ha tenido que reinventarse para sobrevivir. En esta coyuntura, la transformación digital es esencial, pero desde la Federación Provincial de Comercio advierten de que el comercio de proximidad “nunca podrá competir en el mundo digital con los gigantes del sector”.

Por ello, la presidenta de la Federación, María Castillo, urge a las administraciones a que faciliten ayudas directas para el comercio. “Los comerciantes no necesitan endeudarse más, sino más ayudas a través de bajadas de impuestos o bonificación/eliminación de tasas. No se trata ya de aportar liquidez, sino de reducir

radicalmente los costes asociados a la paralización de la actividad comercial como consecuencia de la pandemia”.

Además, la Federación de Comercio considera esencial poner en marcha campañas para favorecer el consumo en el comercio de proximidad, fomentando la idea de que es un formato que “hace ciudad”, genera riqueza y crea empleo duradero y de calidad. También apuesta por reducir el número de domingos y festivos de libre apertura; volver a establecer los periodos de rebajas tradicionales; realizar acciones de promoción comercial a corto plazo; crear una Oficina de Relevamiento Generacional y traspaso de negocios; y establecer un impuesto a los grandes establecimientos comerciales.

La presidenta de los comerciantes granadinos recuerda que el comercio de proximidad es vital para la recuperación económica de la provincia, puesto que impulsa la economía de kilómetro cero, fomentando la actividad emprendedora y el consumo local. Además, juega un papel fundamental contra el despoblamiento rural y contribuye a disminuir la huella de carbono, ahorrando desplazamientos. “La opción más rápida, ecológica, sostenible y generadora de riqueza y empleo siempre es bajar a la tienda y adquirir el producto”, indica María Castillo.

### **Instaladores Eléctricos y de Telecomunicaciones e Instaladores de Fontanería, Saneamiento, Calefacción y Climatización**

La digitalización es el principal reto que afrontan las empresas instaladoras en el corto y medio plazo, necesaria para acceder a nuevos nichos de negocio y adaptarse a las demandas de los consumidores. “El perfil del usuario está cambiando, la demanda de servicios se diversifica en canales no habituales y el instalador debe ser capaz de adaptarse, vendiendo profesionalidad y ofreciendo un servicio integral y de atención postventa”, indican los presidentes la Asociación de Instaladores Eléctricos y de Telecomunicaciones, Juan Manuel Plata, y de la Asociación de Instaladores de Fontanería, Saneamiento, Calefacción y Climatización, José Taboada, que ven en esta evolución un factor determinante para la salida del mercado de los ‘intrusos’ que tanto daño hacen al sector.

De momento, la integración de la digitalización en las empresas instaladoras es escasa, y requiere un esfuerzo adicional tanto para la adaptación de las herramientas de gestión empresarial como a las vinculadas con la gestión de la energía.

El otro gran reto para las empresas instaladoras es atraer a nuevos profesionales para garantizar la actividad y la continuidad del negocio. “Tenemos una absoluta escasez de personal cualificado para incorporar a las empresas y el mercado de trabajo en el sector está muy complicado. Tenemos que hacer ver a los jóvenes que nuestra actividad tiene mucho futuro y que precisa de una fuerte cualificación”, indican desde las asociaciones, señalando que los centros educativos “deben adecuarse cada vez más a la realidad de las empresas y de la tecnología existente”.

Los presidentes de las Asociaciones de Instaladores de Granada tienen claro que en este contexto, y teniendo en cuenta que el sector mantiene una actividad aceptable, las administraciones tienen un único papel: favorecer la actividad económica privada y poner las condiciones para que las iniciativas empresariales se lleven a cabo de la forma más rápida y simplificada posible. “Esto se consigue eliminando todos los obstáculos a la actividad privada, simplificando y reduciendo plazos y procedimientos, agilizando las tramitaciones administrativas y unificando criterios en la aplicación de las normas”.

Esas peticiones se extienden también a la gestión de los fondos Next Generation, que han establecido la transición energética como uno de sus objetivos estratégicos. “En este planteamiento, las empresas instaladoras serán actores necesarios y fundamentales, ya que la evolución hacia mejores y más eficientes sistemas energéticos requerirá la intervención de nuestros profesionales”.

La implantación de herramientas de control y gestión de la energía, de su uso en sectores como el hotelero o el comercio, supondrá una ventaja competitividad para las empresas de estas actividades, ya que mejorará la percepción de los clientes y verán reducido su coste energético.

## **Sector TIC**

El primer reto del sector tecnológico pasa por la generación de talento. Las empresas tecnológicas, que han experimentado un fuerte incremento de la actividad durante la pandemia y que jugarán un papel estratégico en la digitalización acelerada del resto del tejido empresarial, tienen verdaderos problemas para cubrir sus vacantes. “Trabajamos en un mercado global, competimos con empresas de todo el mundo y eso dificulta mucho los procesos de captación de talento”, explica el presidente de Círculo Tecnológico de Granada, Marcelo Vázquez, que indica que el sector debe “trabajar codo con codo con la Universidad de Granada para incrementar el número de egresados”.

Pero no solo eso, las empresas también deben mejorar su competitividad para dar el salto a ese mercado global. “Estar en Granada no significa que tengamos que cobrar menos por nuestros servicios, sobre todo cuando nuestros profesionales tienen el mismo nivel que los de las grandes empresas”.

Afrontar estos dos retos es una condición necesaria para alcanzar uno de los objetivos estratégicos del sector TIC granadino: reforzar el tejido empresarial consolidado, que lleva años haciendo las cosas bien y que está compuesto fundamentalmente por pequeñas y medianas compañías. “Necesitamos que el ecosistema de pymes tecnológicas de Granada sea cada vez más fuerte. Sobre todo porque vamos a tener un papel protagonista en la digitalización y la modernización del resto de sectores productivos de la provincia”, asegura Vázquez.

“El nuestro es un sector estratégico y esencial en los proyectos que se llevarán a cabo a través de los fondos Next Generation. Tenemos que aprovechar ese impulso y no dejar que se pare la rueda, propiciando una verdadera revolución tecnológica en los próximos años”, indica el presidente de Círculo Tecnológico de Granada.

En este contexto, el principal papel que debe jugar la administración es dar estabilidad para el ejercicio de la actividad económica. “Pedimos a las administraciones que trabajen por la ciudad y por la provincia, que favorezcan un ecosistema fuerte trabajando con nosotros y con la Universidad”, señala el presidente de Círculo Tecnológico de Granada, que también clama contra el “infierno fiscal” que afrontan las empresas españolas.

Consolidar el tejido empresarial TIC no solo será bueno para las empresas del sector, sino que beneficiará al conjunto de la economía de la provincia. “Si conseguimos un ecosistema fuerte de empresas tecnológicas y biotecnológicas, mejoraremos nuestra capacidad para atraer talento y generar puestos de trabajo, lo que a su vez repercutirá de forma directa en el sector servicios”.

### **Publicidad y Marketing**

Los retos de futuro que deben afrontar sin dilación las empresas publicitarias son comunes a los del tejido económico granadino y andaluz: fomentar la creación de empresas, sobre todo de mayor dimensión y con mayor tasa de productividad; invertir en I+D; acometer la transformación digital; y dar el paso a la internacionalización. Así

lo asegura el presidente de la Asociación de Empresarios de Publicidad, Miguel Ángel Rodríguez Pinto.

El presidente de los empresarios de Publicidad indica que los fondos europeos deben sin duda contribuir a lograr un país y una región mejor, más robusta económicamente pero también más ecológica, más social, más digital e innovadora; en definitiva, con mejores herramientas para hacer frente con éxito a “un futuro donde la incertidumbre es una constante”. Ante esta realidad, Rodríguez Pinto señala que habría que revisar la posible exclusión de las empresas de publicidad dentro de las ayudas aprobadas y de las medidas que se están desarrollando para la reactivación de la economía.

“Es un sector con un volumen de negocio de 18.000 millones de euros en toda España, que genera más de 100.000 empleos entre sus más de 40.000 empresas, por lo que sería un error que no fuese contemplado en las líneas de ayudas tanto nacionales como europeas”, explica, recordando que el impacto de la pandemia en sectores como el turístico o el hostelero ha supuesto una fuerte caída de la inversión publicitaria (hasta de un 50% respecto a otros años), y esto genera un efecto cascada para todas las empresas relacionadas con esta industria, “actualmente en peligro de desaparición o cierre”.

Ante esta situación, desde la Asociación de Empresarios de Publicidad apuntan que es fundamental, además de contemplar a esta industria dentro de los planes de ayuda, seguir ‘evangelizando’, incluso a nivel institucional, sobre la importancia de no renunciar a una estrategia publicitaria llevada a cabo profesionalmente para contribuir a una recuperación económica de los negocios más pronta y eficaz, y ayudar a afianzar conceptos como el de consumo seguro, tan necesario para sectores clave en la ciudad como la hostelería y el turismo.

## **Formación**

La pandemia ha puesto de manifiesto la gran asignatura pendiente del sector: la adaptación a las nuevas tecnologías y a las nuevas metodologías no presenciales. “En 2020 se vio interrumpida la totalidad de la formación que se estaba desarrollando bajo la metodología presencial, y las medidas para reactivarla, a través de la formación virtual, llegaron tarde y se encontraron con que la mayoría de los centros no tenían conocimientos técnicos ni personal para implantarlas”, explica la presidenta de la Asociación de Centros de Formación de Granada (AGAP-CECAP), Mónica Gómez.

Desde AGAP destacan el papel clave que juega el sector en la reconstrucción económica de Granada, ya que para aumentar la empleabilidad solo hay dos vías: “ayudas económicas a las empresas para paliar los daños provocados por el COVID y ayudas sociales para aumentar las opciones de empleabilidad de los ciudadanos, y ahí es donde el trabajo y desarrollo del sector de la formación cobra valor añadido”.

La presidenta de los centros de formación de Granada indica que, en este contexto, y teniendo en cuenta que la Unión Europea prioriza los proyectos de fomento de la empleabilidad y/o recualificación profesional, se esperan meses de actividad normalizada para el sector, que incluso podrá contratar personal y ampliar plantilla.

### **Alimentación**

El sector de las industrias alimentarias tiene tres grandes retos de futuro: la automatización de procesos, la digitalización y la internacionalización. El presidente de la Asociación Granadina de Industrias de la Alimentación (AGIA), Raimundo Pérez, asegura que el crecimiento del sector y de sus empresas pasa inexorablemente por estos tres factores. “Nuestras empresas tienen que invertir en digitalización, tanto en los sistemas de gestión como en su posicionamiento digital; tienen que afrontar la robotización y automatización para mejorar su producción; y deben formarse para poder dar el salto internacional”, indica.

Para hacer frente a estos retos, el sector necesita ir de la mano de las administraciones públicas. Por un lado, es esencial que las instituciones lleguen a acuerdos con las grandes plataformas digitales de distribución que permiten a la pequeña y mediana industria acceder a canales que no tiene a su alcance. Y, por otro, deben impulsar los procesos de automatización e internacionalización tanto con ayudas propias como con los fondos europeos que están por venir, que deben “llegar a las empresas que realmente lo necesitan”.

El presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación subraya que el crecimiento del sector va ligado a las empresas tecnológicas y las empresas de ingeniería industrial, que juegan un papel clave para que alcance sus objetivos estratégicos. Pero, además, Raimundo Pérez destaca la necesaria alianza entre las industrias de alimentación y la hostelería y el turismo, dos sectores fundamentales para la economía de Granada “que deben crecer de la mano”. “Tenemos que poner en marcha colaboraciones estratégicas con turismo y hostelería. Nuestro sector, nuestros productos, son un valor añadido para la oferta gastronómica y turística de Granada”, apunta.



## **Aproliva**

El sector del aceite tiene por delante un reto crítico para su futuro: cambiar de mentalidad y pasar a tomar decisiones basadas en la rentabilidad empresarial de las cooperativas. En esa misma línea, las empresas tienen que afrontar la profesionalización de sus equipos directivos, la modernización de sus instalaciones de producción (incorporando tecnología que permita un mayor control de los recursos), y la actualización de sus sistemas de gestión. Aproliva también señala la formación especializada de los operarios de las industrias agroalimentarias como un factor diferencial tanto para la empresa como para la producción.

Al igual que la mayoría de las asociaciones empresariales y profesionales, desde Aproliva consideran que la administración puede impulsar el desarrollo del sector de una forma muy sencilla: “simplificando, facilitando al empresario o promotor las iniciativas, dando facilidades a la hora de crear una empresa y agilizando las tramitaciones urbanísticas”.

Esa premisa también es básica para garantizar la utilidad de los fondos europeos. “Si se enfocan de forma correcta, serán un pulmón para el desarrollo, la diversificación y la creación de empleo. Pero para ello es fundamental la flexibilidad de la administración, la agilidad en las ayudas, la simplificación de los procedimientos y permitir convocatorias abiertas y no encorsetadas”, indican desde Aproliva.

Además de dar respuesta a las necesidades formativas de la población, la administración debe propiciar que los fondos y recursos para planes de empleo agrario sirvan para crear riqueza; vigilar la economía sumergida; e incentivar el acceso a la tierra y la fijación de la población al territorio con medidas como la bonificación del Impuesto de Sucesiones.

El futuro del sector del aceite está ligado indiscutiblemente al sector TIC. “El sector agroalimentario tiene un futuro de expansión si se aplican correctamente los nuevos sistemas de producción informatizados, que minimicen los fallos, homogeneicen los procedimientos y permitan a la vez nuevas variedades de productos”. Además, la sostenibilidad es el otro gran pilar de futuro del sector agroalimentario: “Otra oportunidad es la de crear economías sostenibles en la explotaciones agrarias, en las que el agricultor, muy sensibilizado con el medio ambiente y la lucha contra el cambio climático, cuida de los recursos naturales”. El sector logístico también es clave para la industria del aceite, habida cuenta de que las empresas se están especializando en comercio de proximidad, haciendo accesibles los productos a través del comercio electrónico, creando sus propias marcas y circuitos de comercialización.

# POLÍGONOS INDUSTRIALES

## **Asociación de Empresarios del Polígono Industrial de Juncaril y Asociación de Empresarios de Asegra**

La modernización de sus infraestructuras; la mejora de la conectividad y del servicio de mantenimiento; la actualización de las redes de internet y de suministro eléctrico; y la inversión en digitalización para mejorar su competitividad son los cuatro principales retos a los que se enfrenta el Polígono Industrial de Juncaril y sus empresas. El presidente de la Asociación de Empresarios del Polígono Industrial de Juncaril, José Luis de las Cuevas, asegura que, para conseguirlos, es fundamental que las administraciones jueguen “un papel de escucha y colaboración activa con las demandas de los empresarios, así como una actitud proactiva a la hora de dar soluciones”.

De las Cuevas, que considera que los fondos europeos Next Generation son una oportunidad única para llevar a cabo los retos pendientes del Polígono de Juncaril, insta a las administraciones locales a desarrollar planes de comunicación que atraigan nuevos negocios a este espacio industrial y empresarial.

“Juncaril es un territorio que ofrece una gran oportunidad a empresas de logística y transporte, especialmente las derivadas del comercio online, debido a la gran cantidad de naves industriales de tamaño medio y a la conexión con las principales vías de comunicación de Granada y Andalucía”, explica el presidente de los empresarios de Juncaril, que asegura que el espacio también es una alternativa muy atractiva para las empres comerciales que buscan alquileres más económicos.

Por su parte, empresas del Metal del Polígono de Asegra apuntan que el sector está atravesando una profunda crisis de materias primas que ha derivado en una fuerte inflación, lo que les ha obligado a dejar los mercados exteriores y los grandes mayoristas. Para el sector, es vital que se reactiven las licitaciones públicas a pequeña y media escala y que se dé mayor difusión a las subvenciones e incentivos para bienes de equipo, maquinaria, estanterías, etc.

Las empresas del Metal de Asegra indican que los fondos europeos, que propiciarán inversiones por parte de las empresas, beneficiarán de forma directa al sector, siempre y cuando se gestionen bien y lleguen a la economía real.

# TERRITORIOS

## Sierra Nevada

Los retos para la estación de esquí de Sierra Nevada, claves para su futuro, son múltiples: la ampliación del área esquiable; el plan de circulación interior de la urbanización y la mejora del ornato urbanístico; el retén permanente de bomberos; la mejora y ampliación de la carretera de acceso a la estación; y la desestacionalización de la temporada de invierno. Además, el presidente de la Asociación de Empresarios de Sierra Nevada, Enrique de la Higuera, considera vital la inversión en nuevas tecnologías y el desarrollo de la Ley de Deporte andaluza, con especial mención al sector de la enseñanza de los deportes de invierno.

“Las administraciones públicas deben favorecer y apoyar los proyectos que provenga del sector privado”, recuerda De la Higuera, que destaca el papel de la empresa en los proyectos de futuro de la provincia, que deben ser impulsados gracias a los fondos Next Generation.

La Asociación de Empresarios de Sierra Nevada asegura que el desarrollo y crecimiento de la estación de esquí tendrá un efecto multiplicador en el conjunto de la economía de la provincia, ya que de forma directa o indirecta aporta un 20% al PIB granadino.

## Loja

La comarca de Loja tiene empresas muy dinámicas con capacidad de crecer, especialmente en sectores como el agroalimentario, el del agua, transporte, logística, gas natural, hostelería y comercio. Un buen ejemplo son las empresas del sector del agua mineral, que tienen planes de ampliación muy avanzados que impulsarán también el sector de la logística y el transporte.

El presidente de la Asociación Lojeña de Comercio e Industria (ALCI), Antonio Campos, asegura que para que estos sectores puedan desarrollarse, la administración pública debe cumplir con su parte. “En primer lugar, las administraciones tienen que ser proactivas y liderar las infraestructuras. Y, de forma paralela, tienen que dar la mano a las empresas y facilitar sus proyectos. No deben interferir en la actividad privada”, apunta.

En ese sentido, ALCI considera vital la puesta en marcha de dos proyectos estratégicos que contribuirán al desarrollo de la comarca y que pueden beneficiarse de los fondos Next Generation. Por un lado, las ayudas de la UE deben canalizarse para la rehabilitación del centro histórico de los municipios, que contribuirá a potenciar el comercio y a poner en valor sus recursos turísticos.

Por otro lado, desde la Asociación Lojeña de Comercio e Industria apuestan por la instalación de una plataforma logística con intercambiador ferrocarril-carretera, que permitirá el acceso directo al Corredor Central. Esta infraestructura daría un impulso clave al sector del agua, pero también al agroalimentario y a las canteras de la comarca. “Es un proyecto empresarial que puede ayudar a todos los sectores en un área de 20 kilómetros”, indica Campos, que asegura que el impulso a la actividad logística debe ser el proyecto clave para este territorio.

### **Costa Tropical**

La inversión en infraestructuras es el principal reto pendiente de la Costa Tropical, que necesita de forma urgente la construcción de espigones y de accesos a las playas; la puesta en servicio de las canalizaciones de Rules; el desarrollo de nuevo suelo industrial que permita la llegada de empresas e inversiones; y la conexión ferroviaria del Puerto con Granada.

El presidente de la Asociación de Empresarios de la Costa Tropical (AECOST), Jerónimo Salcedo, asegura que la administración “debe tomar el liderazgo” de estos proyectos, reclamados desde hace años por la empresas y las organizaciones empresariales. Y, para ello, debe aprovechar la llegada de los fondos europeos. “Tenemos que aprovechar el momento. Las canalizaciones de Rules y el tren Granada-Puerto o se hacen con los fondos Next Generation, o no se hacen”, afirma Salcedo, que destaca que con estas dos infraestructuras “se acabaría con casi la totalidad del paro de la comarca”.

AECOST también clama contra los obstáculos normativos y los trámites administrativos que desincentivan la inversión. “Se nos cae la hostelería y el comercio mientras la burocracia sigue su ritmo”, indica Salcedo, que insta a la administración pública a favorecer la actividad privada.

Sobre las oportunidades empresariales de la Costa Tropical, Jerónimo Salcedo destaca la tecnología y su aplicación a sectores como el turístico y el agroalimentario; y la

logística, que se verá impulsada por el desarrollo del polígono del Puerto y el crecimiento del sector agroalimentario.

### **Maracena**

La Asociación de Empresarios, Comercio y Autónomos de Maracena (ECAMA) asegura que el municipio tiene dos retos prioritarios que han dado lugar a dos proyectos muy ambiciosos: por un lado, la transformación de Maracena de ciudad dormitorio a ciudad de servicios, dotándola de una oferta hotelera y gastronómica potente; y, por otro, el impulso al tejido comercial local con la plataforma Marazon.

El presidente de los empresarios de Maracena, Miguel Ángel Fernández, reclama también facilidades administrativas para la actividad empresarial, adelgazando la burocracia, mejorando la fiscalidad y reduciendo tasas e impuestos municipales.

A la vez, anima a los empresarios del municipio a subirse al carro de la digitalización y a poner en marcha proyectos de colaboración que permita salir de la crisis provocada por la pandemia.

### **Guadix**

La crisis del coronavirus ha afectado de lleno al nutrido tejido comercial de Guadix, que tiene en el sector agroalimentario su principal motor económico. La Asociación de Empresarios de Guadix, que ha puesto en marcha una página web para mejorar las perspectivas y el posicionamiento del comercio local, cree que es fundamental que las administraciones aprovechen la llegada de los fondos europeos para fomentar el comercio de las comarcas, del que dependen muchos puestos de trabajo y que es capaz de fijar la población al territorio.

“Entre otras cosas, debemos apostar por la digitalización del sector y por aprovechar la tecnología de datos, que nos permitirá adaptarnos a las necesidades de los clientes”, asegura el presidente de los empresarios de Guadix, Ignacio Hervás.

Además, desde la organización apuestan por la construcción del Puerto Seco, una infraestructura que favorecerá el crecimiento del sector agroalimentario y el desarrollo industrial de la comarca.

## **Ribera Baja del Genil**

El sector con mayor potencial de la comarca es, sin duda, el agroalimentario; un sector que “da de comer al sector servicios y que genera mucha riqueza local”. El espárrago y el olivar han permitido el desarrollo de toda una industria que ha sido capaz de aliviar el golpe que ha supuesto la pandemia para el comercio y la hostelería.

Desde la Asociación de Empresarios de la Mancomunidad de Municipios Ribera Baja del Genil (ACEM) apuestan por seguir fortaleciendo el Clúster de Innovación Agroalimentaria Granadina (CINNGRA) y dar mayor viabilidad a los terrenos diversificando los cultivos. Además, es esencial aprovechar el suelo industrial de la comarca favoreciendo la implantación de nuevas empresas.

El presidente de ACEM, Francisco Rivera, insta a las administraciones a que asuman el cambio estructural del sector comercial y favorezcan la transformación de las empresas locales y tradicionales a los nuevos hábitos de consumo de los clientes. También es urgente destinar más fondos a la formación empresarial y en emprendimiento y atajar el grave problema del paro juvenil dando opciones a los jóvenes para que se queden en sus comarcas.

La tecnología jugará un papel protagonista tanto para la consecución de estos objetivos como para el desarrollo del sector agroalimentario, que podrá mejorar su productividad gracias a la innovación y favorecer a su vez el relevo generacional.

## **Altiplano**

Más allá de la digitalización y la internacionalización, para ser competitivas las empresas de la comarca del Altiplano necesitan con urgencia la puesta en marcha de medidas que van desde la mejora y simplificación administrativa (tanto para la creación de empresas como para el desarrollo de proyectos) hasta la mejora de infraestructuras críticas como la línea férrea Guadix-Baza-Lorca, la Autovía del Mármol, la Autovía Cúllar-Huéscar-Caravaca, la infraestructura de riego de la vega o la conexión con Úbeda, pasando por la formación agrícola o los planes de asesoramiento personalizado para garantizar la continuidad de las empresas familiares.

El presidente de la Asociación de Empresarios del Altiplano, José Antonio Lucha, asegura que la administración es “vital” para facilitar el crecimiento empresarial del territorio, puesto que le corresponde “la inversión en infraestructuras, en servicios y en medios para equilibrar los territorios”, respondiendo así a la “deuda histórica” con

el Altiplano. Además, Lucha también cree pide a la administración que favorezca la colaboración público-privada, también en el sector agrario, y que diseñe un Plan Nacional de apoyo al campo basado en la innovación, la formación, la producción y la comercialización que acompañe al plan de recuperación del mundo rural y que permita a los ciudadanos vivir de la actividad agraria y ganadera.

Los fondos europeos, que podrán impulsar buena parte de estos proyectos pendientes, solo serán útiles si se basan en la colaboración con el sector privado. “Las dudas en cuanto a la tramitación, elaboración de proyectos y desarrollo de los mismos deben ser resueltas cuanto antes para que nuestras empresas puedan aspirar a estas ayudas”, indica José Antonio Lucha, que cree que los Next Generation deben servir para igualar las condiciones en las que compiten las empresas de este territorio.

El presidente de los empresarios del Altiplano asegura que la comarca ofrece oportunidades únicas por su ubicación, por lo que apuesta por la instalación de una ‘ciudad del transporte’, con una gran superficie y centro logístico, que beneficie la implantación de plataformas empresariales que suministren a toda Andalucía y al norte de África, además del Levante español.

Los otros dos pilares de la economía del Altiplano, la agricultura y el turismo, también tienen un potencial enorme, pero hay que tomar medidas ya para consolidar su peso y su capacidad para generar empleo y riqueza. En el sector primario, es necesario “crear una mentalidad empresarial, unir fuerzas y formar empresas agrícolas que sean competitivas”. En el ámbito turístico, el Altiplano destaca como destino de turismo de interior y naturaleza, pero solo podrá sacarle el máximo partido a sus recursos turísticos si se mejoran las infraestructuras y se fortalece el tejido empresarial.