

GRANADA CONECTADA

Conclusiones 2021 - 2022

Índice

Introducción	4
Temas y protagonistas	8
Recomendaciones	18
Conclusiones por foro	
1. Deporte	22
2. Turismo y gastronomía	25
3. Salud	28
4. Agroindustria y el agua	31
5. Nuevas tendencias en ciencia, tecnología, empresa e innovación	34
6. Cultura	38
7. Comunicación y publicidad	40
8. Economía	43
Patrocinadores y colaboradores	44

GRANADA CONECTADA

Es el momento
de los que
saben

**8 FOROS PARA CONECTAR DESDE EL PRESENTE,
APORTANDO EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN NUEVO FUTURO**

Comunicación y publicidad / Deporte / Cultura / Turismo y gastronomía /
Agroindustria y el agua / Nuevas tendencias en ciencia, tecnología,
empresa e innovación / Salud / Economía

WWW.GRANADACONECTADA.ES

¿Qué pretende GranadaConectada?

Es el momento de los que saben



Aportar estrategias de desarrollo en Granada, capital y provincia, conectadas y que conecten con agentes económicos y sociales de otros lugares

Movilizar y comprometer a líderes capaces de acabar con el mantra de que todo es difícil o se complica cuando llega a Granada

Hacer realidad el 'Todo es posible en Granada'.

Foro de debate permanente

8 FOROS PARA CONECTAR
DESDE EL PRESENTE, APORTANDO
EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN
NUEVO FUTURO

¿CÓMO?

Realización de 8 foros anuales que han reunido a lo mejor del mundo con lo mejor de Granada en sectores clave

OBJETIVO

Ofrecer claves para construir estrategias de desarrollo de Granada, capital y provincia, para que sea referente y tenga capacidad de mostrarlo al mundo

PRESENTA

Tejido empresarial



COLABORA



SEDE ONLINE

granadaconectada.es

SEDE DINÁMICA

Aprovechando las principales localizaciones de Granada, capital y provincia

LEGADO

Documento anual con propuestas y posicionamiento como ciudad referente con el propio foro



Gerardo Cuerva

Presidente de Cámara Granada y de la Confederación Granadina de Empresarios

A lo largo de un año, Granada tuvo el privilegio de escuchar una treintena de voces autorizadas —las mejores— hablando de los sectores y los ámbitos en los que queremos sostener nuestro futuro.

GranadaConectada nació como la aportación del tejido empresarial granadino, de la mano de CaixaBank, a esa necesaria reflexión sobre los desafíos y el porvenir de nuestra tierra. Nos parecía que la sabiduría y experiencia de quienes, desde fuera o desde dentro, han buscado y encontrado la excelencia nos serviría para enriquecer la inteligencia colectiva de Granada. Pero, al tiempo, queríamos que cuanto fuera dicho en las distintas sesiones del ciclo, quedara reflejado en un documento que, a modo de guía sirviera a las administraciones, instituciones y personas que deben liderar el futuro de Granada.

Ese es el documento que tienes ante ti. Es, como digo, una guía; o un manual de instrucciones; o un libro de reflexiones; o, si quieres, la sencilla memoria de un evento creado con rigor y profesionalidad por el tejido empresarial granadino y en el que un selecto grupo de expertos aceptó venir, acompañarnos y, sobre todo, pensar Granada.



Juan Ignacio Zafra

Director Territorial de CaixaBank en Andalucía

Cuando, en octubre de 2021, las instituciones, organismos y empresas implicados presentamos este proyecto, ya tuvimos claro que GranadaConectada no iba a ser un fin, sino un medio: el que nos iba a permitir extraer ideas y conclusiones que tuvieran una aplicación real, que nos iba a ayudar a mejorar la vida de las personas.

En CaixaBank siempre estamos cerca de lo que importa y, por este motivo, teníamos que acompañar a la ciudadanía granadina, a su tejido empresarial, institucional y productivo, en este ejercicio de formulación de los retos futuros que esperan a Granada y su provincia; convencidos de que los éxitos nacen de los desafíos, más aún cuando estos nacen de una acción compartida, participativa y debatida por todos.

Yo mismo me atreví a definir este proyecto como un vértice desde el que podríamos impulsar nuestra tierra, con la que CaixaBank se encuentra vinculada históricamente a través de las entidades que conforman el banco que hoy somos. Testigos de la historia de Granada, partícipes de su pasado y vertebradores de su futuro. CaixaBank es Granada, y Granada es CaixaBank.

Teníamos la oportunidad de contribuir al desarrollo y progreso de Granada y, sin duda, este documento que aquí compartimos nos ofrece una extraordinaria hoja de ruta para alcanzar el futuro que nos espera. ¡Está en nuestras manos!

Foros de la I Edición de GranadaConectada

1. Deporte
2. Turismo y gastronomía
3. Salud
4. Agroindustria y el agua
5. Nuevas tendencias en ciencia, tecnología,
empresa e innovación
6. Cultura
7. Comunicación y publicidad
8. Economía

Es el momento de los que saben

Protagonistas de los foros

*MOVILIZAMOS Y COMPROMETEMOS A LÍDERES
Y A EXPERTOS CAPACES DE APORTAR EN LA
CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO FUTURO.*

Moderadora

Mónica Marchante

Periodista deportiva de Movistar+
y El Partidazo de COPE



Luis Rubiales

Presidente de la Real Federación Española de Fútbol
y Vicepresidente de la UEFA



Lydia Valentín

Campeona olímpica de halterofilia



José Manuel Calderón

Exjugador de baloncesto internacional. Asistente especial de
la directora ejecutiva del Sindicato de jugadores de la NBA



Mercedes Coghén

Vicepresidenta de la Real Federación Española de Hockey y
medalla de oro en hockey hierba en los Juegos Olímpicos de 1992



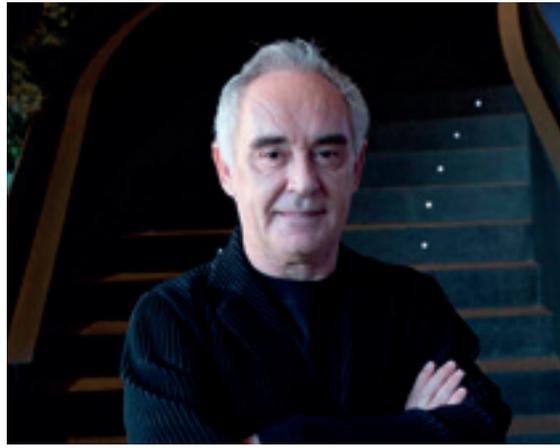
Lola Marín

Chef y propietaria del restaurante Damasqueros



Ferran Adrià

Chef y promotor de elBullifoundation



Julián Martín

Consejero delegado del Grupo Abades



Modera

Rocío Martínez

Periodista



María Neira

Directora de Salud Pública y Medio Ambiente de la OMS



José Antonio Lorente

*Catedrático de Medicina Legal y Forense
y director científico de Genyo*



Concha Serrano

Directora de Corporate Affairs, Health and Value de Pfizer España



Moderadora

Lourdes Maldonado

Periodista



Eduardo Valverde

Gerente de Conde de Benalúa y consejero de C.R.D. Montes de Granada



José Luis Lapuente

Director general de la Denominación de Origen Calificada Rioja



Modera

Ángeles Blanco

Periodista



Ignacio Elola

Consejero delegado del Grupo Lactalis Iberia



Fernando Martín

Gerente de PROCAM, Sociedad Cooperativa Andaluza



María Jesús Almazor

CEO Cyber Security & Cloud de Telefónica Tech



Marcelo Vázquez

CEO de TM System Contact Center, presidente de Infoautónomos y presidente de Círculo Tecnológico de Granada



Enrique Herrera

Vicerrector de Investigación y Transferencia de la UGR



Modera

José Yélamo

Periodista

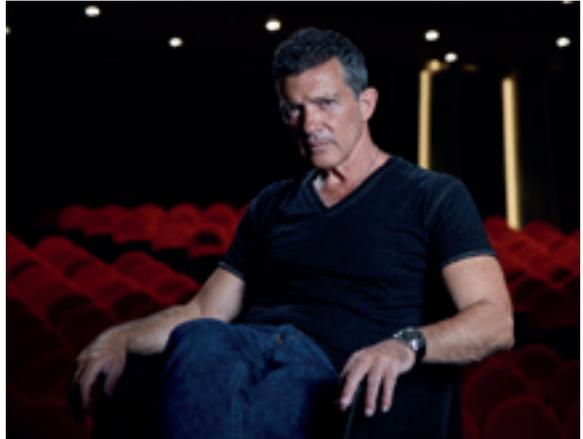


Moderadora

Elena Sánchez
Periodista



Antonio Banderas
Actor, director y empresario



Miguel Ríos
Cantante y empresario



Luis Bassat

Publicista y coleccionista de arte



Raúl Berdonés

Fundador y presidente ejecutivo de Secuoya Grupo de Comunicación



Modera

Fernando Díaz de la Guardia

Presentador



Lorenzo Milá

Periodista



Macarena Rey

CEO de Shine Iberia



Modera

Luján Argüelles

Presentadora y productora ejecutiva



Juan Alcaraz

Director General de Negocio de CaixaBank



Gerardo Cuerva

Presidente de Cepyme, presidente de la Cámara de Comercio de Granada y de la Confederación Granadina de Empresarios



Recomendaciones

1. Hagamos del deporte en la naturaleza un eje fundamental de nuestra imagen de marca. Granada tiene unas condiciones inigualables para ser un centro internacional de deporte al aire libre.
2. En nuestra estrategia deportiva no primemos solo los grandes eventos televisivos. Granada puede ser escenario de pruebas de veteranos o de menores, que producen grandes desplazamientos familiares y generan interesantes recursos.
3. Creemos la Escuela de Negocios de Restauración de Granada y convirtámosla en referente nacional de la parte empresarial del negocio de la gastronomía.
4. Definamos la gastronomía granadina, basándola en la tradición, pero también en la riqueza de nuestros productos de la tierra y del mar. Convirtámosla en protagonista de nuestra oferta.
5. Hagamos un inventario de establecimientos hosteleros de la provincia; a partir de él, diseñemos una estrategia que nos permita cubrir todos los ámbitos con un objetivo hacia la "calidad relativa".
6. Enfoquemos nuestros esfuerzos en hacer de Granada, especialmente su capital y Área Metropolitana, un territorio saludable. Ser capital de la salud no es solo generar desarrollo en torno a la investigación biosanitaria, sino también ser un lugar saludable: política de transporte, energética, urbana, de zonas verdes, de servicios deportivos, debe estar al servicio de una Granada saludable.
7. Diseñemos programas de atracción y retención del talento, especialmente en los ámbitos de la tecnología y la investigación científica. No solo el talento individual, sino también el talento colectivo en forma de empresas.
8. Establezcamos el PTS y IFMIF-DONES como proyectos prioritarios para la provincia y facilitemos las inversiones e infraestructuras relacionadas con ellos: la ciencia, la investigación y la tecnología han de ser ejes del desarrollo de Granada en las próximas décadas. Hagamos posible su conexión como ecosistemas de excelencia que encuentren sinergias de crecimiento conjunto.
9. Establezcamos estrategias audaces de promoción y comercialización de nuestros productos agroalimentarios, muy especialmente de aquellos como el aguacate y el mango, únicos en el mercado europeo, pero que empiezan a ser acaparadas por comercializadores vecinos.
10. Incentivemos la digitalización y la incorporación de la investigación en el campo, fundamentalmente, para la mejora de las producciones, el uso más eficiente de los recursos y el aprovechamiento del 100% del producto a través de alimentos de alto valor.

11. Actuemos con firmeza en la defensa de las inversiones del agua, muy especialmente en lo que se refiere a las conducciones del sistema Béznar-Rules.

12. Reforcemos la colaboración público-privada y el mecenazgo en el ámbito cultural. Si la cultura es un santo y seña de Granada, debe ser incentivada fiscalmente.

13. Trabajemos por hacer de Granada una ciudad cuyos recursos culturales sean abundantes y accesibles: una ciudad que quiere ser capital cultural tiene que ser una ciudad aspiracional, que apetezca visitar; ha de tener una trama urbana amable y culturalmente rica y variada.

14. Vinculemos Universidad y vida ciudadana; la riqueza cultural e intelectual de Granada depende de su Universidad y viceversa.

15. Fortalezcamos el papel de Granada como escenario de producciones internacionales de todo tipo, especialmente, de las nuevas plataformas de consumo audiovisual. Entremos en los canales nacionales e internacionales de producción.

16. Aspiremos a hacer de Granada no solo un lugar para visitar, estudiar o invertir, sino un lugar para vivir. Desarrollemos una campaña de provincia que refuerce esa idea.

17. Hagamos de la calidad de vida un eje de nuestra comunicación y, por tanto, convirtámoslo en un eje de las estrategias de desarrollo en todos los ámbitos.

18. Defendamos firmemente y con unidad la necesidad de mejores conexiones de la provincia, especialmente las ferroviarias y aéreas, aumentando frecuencias y optimizando las opciones de comunicación con el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol. Las conexiones son un eje transversal imprescindible para el desarrollo de cualquier sector.

19. Reivindiquemos sin descanso la concreción del Corredor Ferroviario del Mediterráneo en sus dos ramales y la conexión del Puerto de Motril con la red ferroviaria europea.

20. Hagamos del apoyo a las empresas granadinas una prioridad. Creemos un plan de apoyo de las administraciones locales a las pequeñas y medianas empresas de la provincia.

Conclusiones por foro

**VIDEO RESÚMEN
DE IMPACTO**





FORO COMPLETO



DEPORTE
29 DE OCTUBRE
2021

Deporte

El foro de GranadaConectada sobre el sector del deporte se desarrolló el viernes 29 de octubre de 2021 en el Teatro CajaGranada, con la participación presencial de la campeona olímpica de halterofilia, Lydia Valentín, y el presidente de la Real Federación Española de Fútbol y vicepresidente de la UEFA, Luis Rubiales. También estuvieron, mediante conexión online, Mercedes Coghen, vicepresidenta de la Real Federación Española de Hockey y medalla de oro en hockey hierba en los Juegos Olímpicos de 1992, y José Manuel Calderón, exjugador de baloncesto internacional y asistente especial de la directora ejecutiva del Sindicato de Jugadores de la NBA.

El debate fue moderado por la periodista deportiva Mónica Marchante. Los invitados, además de compartir sus experiencias personales en lo referente a su trayectoria profesional, lanzaron tres claves estratégicas para que Granada pueda crecer en este sector: especialización, plan estratégico y valentía.

Generar un plan estratégico

Granada debe apostar por desarrollar un plan estratégico para conocer sus virtudes y carencias y, desde ahí, desarrollar un proyecto. Ser valientes y perder el miedo a equivocarse, a la vez que sacar fruto de un modelo, estudiar qué debilidades y fortalezas existen y sacar conclusiones positivas para implantar. Valorar desde qué punto se parte y saber hacia dónde deben encaminarse los esfuerzos.

Especialización como polo de atracción

Granada compete con muchas provincias y no se puede pretender ser los mejores en todo. Es necesario especializarse y, para ello, valorar en qué posición se encuentra la provincia. No se pueden tener infraestructuras de todos los deportes, sino que hay que elegir algunos y ser los mejores en eso.

¿Qué es lo mejor para Granada? ¿Qué es lo que más se demanda? Es prioritario responder a esas preguntas antes de realizar una inyección de capital y energía para obtener resultados importantes. También es esencial analizar las tendencias y, entonces, decidir si Granada quiere desarrollar un deporte o cinco.

Pero está claro que se debe apostar por un modelo, fruto del estudio, y avanzar todos a la vez en una misma dirección. La planificación es clave para combinar el innegable atractivo de Granada con una hoja de ruta firme.

Para ello, es clave analizar las tendencias existentes en el mundo. Granada podría ser un foco de atracción de un nuevo turista o de eventos, y que estos no solo sean profesionales sino, para atraer un turismo de calidad, apostar por deporte de veteranos o eventos de menores que atraen a las familias y generan recursos.

Infraestructuras

Una vez realizado el plan estratégico y decidido por qué se va a apostar, es necesario aprovechar las infraestructuras ya existentes y crear las necesarias para desarrollar el concepto sobre el que se haya decidido trabajar.

Dada la orografía de la provincia, una apuesta por el deporte activo que se combina con la naturaleza sería muy interesante. En Granada hay excelentes condiciones para el deporte al aire libre como running, bicicleta de montaña, senderismo, montañismo, deportes acuáticos... La variedad de estímulos, posibilidades y oportunidades que ofrece Granada debe ponerse en valor dándole la visibilidad que necesita para que su progreso no tenga límite y sea dinámico, continuo y sostenible.

Deporte

Colaboración público-privada

La administración pública y las entidades privadas deben darse la mano para el desarrollo de Granada a nivel deportivo, ya que no se trata de un trabajo que dependa solamente de los deportistas ni de los clubes. Es necesario el apoyo institucional y el patrocinio para que las cosas sucedan.

Los valores del deporte

Hay que empezar a inculcar todos los valores que vienen de la mano del deporte desde la infancia y dar a la actividad física el valor que verdaderamente tiene. Fomentar la educación y la formación a través de la cantera con técnicos bien preparados.

Se debe crear un ecosistema en la provincia que incite al deporte para invitar a que los niños lleven un estilo de vida saludable, independientemente de que quieran dedicarse al deporte a nivel profesional o no.

El deporte, más allá de sus beneficios para la salud, también es una increíble escuela de valores que pueden aplicarse luego a distintos ámbitos de la vida.



FORO COMPLETO



TURISMO Y GASTRONOMÍA
24 DE NOVIEMBRE
2021

Turismo y gastronomía

El miércoles 24 de noviembre de 2021 tuvo lugar en el Hotel El Mirador de Loja el foro de GranadaConectada dedicado a la industria del turismo y de la gastronomía.

En este encuentro, moderado por la presentadora de televisión Rocío Martínez, intervinieron el renombrado chef y promotor de elBullifoundation, Ferran Adrià; el consejero delegado del Grupo Abades, Julián Martín; y la chef granadina y propietaria del restaurante Damasqueros, Lola Marín.

El foro giró en torno a las mejoras que pueden aplicarse a Granada para convertirla en referente de turismo gastronómico, los puntos clave a tratar para mejorar la situación de la falta de personal cualificado, y se aportaron algunas claves desde las que partir.

Trabajadores cualificados

Apenas un 10% de los trabajadores del sector de la gastronomía tienen formación. Es importante dignificar el ámbito de la gastronomía y el turismo para que vuelva a considerarse una opción de trabajo apetecible y con futuro, que invite a los jóvenes a formarse para ofrecer un servicio o un producto de calidad.

También es clave entender que, si se quiere personal de calidad hay que ofrecerles una vida de calidad.

Importante apostar por la formación del profesional, que esté preparado para ofrecer un servicio de calidad y eso pasa por una formación bilingüe y en un entorno real, así como por el fomento del emprendimiento.

Una escuela de negocios

Las estadísticas afirman que el 50% de los restaurantes no duran más de 5 años, y que el 22% no duran más de dos. Es necesario inculcar una actitud de gestión correcta en los emprendedores del sector de la restauración.

Una escuela de negocios sobre restauración (no hostelería) conformada por cursos exprés que en un mes permitan aprender sobre temas concretos (qué es un presupuesto anual, un balance, cómo funcionan los impuestos...) podría ser de gran ayuda y no hay escuelas así en España de momento. Un restaurante funciona por su calidad, pero también por su gestión.

Claves para el futuro

Las ideas son muy importantes. España es el segundo país más turístico del mundo y, sin duda, Granada es una de las ciudades a ese nivel. Pero el sector se ha conformado con lo que hay, en lugar de generar ideas. Es sorprendente que no haya más startups relacionadas con el mundo del turismo o la gastronomía. Al final la Alhambra se ve en un día y lo ideal es que el visitante se quede más tiempo y pernocte en la provincia.

Otra clave que Granada puede aprovechar es el turismo corporativo y de congresos, sobre todo en invierno, y en las épocas de poca actividad, pero para que esto suceda deben mejorar las infraestructuras en comunicaciones y ponérselo muy fácil a este tipo de eventos.

Turismo y gastronomía

Calidad a todos los niveles

Cuando se habla de calidad hay que hacerlo dentro de unos parámetros concretos.

La clase trabajadora también viaja. Hablar siempre de 'calidad-precio' y entender este concepto más allá del lujo. Un menú del día también debe ser calidad.

El servicio al cliente es fundamental y debe mejorarse. El primer motivo por el que la gente va a un restaurante es por el cariño que recibe; después por el ambiente, la decoración y el servicio y, en quinto lugar, por la cocina. Hay que apostar por un buen servicio y, por ende, por buenos profesionales.

Sostenibilidad e innovación

Es más importante aplicar modelos de innovación posibles y reales, aunque no sean tan disruptivos como en otros sectores. Hoy día, los nuevos negocios en la hostelería deben ir por la línea del confort y la eficiencia.

Por otro lado, para poder estar al día con los requerimientos en cuanto a sostenibilidad, que no es tarea sencilla, la administración debe tender una mano al sector para marcar el camino.

También hay que abogar por la imprescindible digitalización y la tecnología... Un hotel obsoleto hoy día es algo inviable y sin sentido. Pero todas estas acciones de actualización requieren de una inversión que no todos los negocios pueden efectuar. Mejoraría mucho la situación si se contase con ayudas o bajos intereses.

Granada como referente gastronómico

La provincia de Granada tiene una tradición cultural muy rica que es fácilmente extrapolable a la cocina mediante el binomio de éxito cultura + cocina creativa, además de unos productos de enorme calidad tanto por la ganadería como por los cultivos de la zona. Con lo cual, hay bastantes oportunidades para transformar al territorio en capital gastronómica.

Ferran Adrià invita a la siguiente reflexión: "¿Qué diríais que es la restauración gastronómica en Granada? Es muy importante resumir en ocho líneas qué vendéis a nivel gastronómico. En escrito."

Para que un lugar se convierta en referente gastronómico también es muy importante que un alto porcentaje de los locales de la provincia tengan unos estándares de calidad elevados, siempre dentro de sus parámetros.

Necesidad de un inventario

Es importante que todos los establecimientos de Granada estén inventariados para poder conocer qué nichos de mercado ofrecen una posibilidad de negocio real y cuáles segmentos están saturados. Hay que saber cuántos son de tapas, de lujo, de cocina extranjera o tradicional, o cuántos de cinco estrellas. Conocer qué falta y por qué apostar.



FORO COMPLETO



SALUD
28 DE ENERO
2022

Salud

El foro de GranadaConectada sobre el ámbito de la salud se celebró el viernes 28 de enero de 2022 en el atrio de la sede de la Fundación PTS de Granada, con la participación de Concha Serrano, directora de Corporate Affairs, Health and Value de Pfizer España, y de José Antonio Lorente, catedrático de Medicina Legal y Forense y director científico de Genyo. Además, contó con la presencia online de María Neira, directora de Salud Pública y Medio Ambiente de la OMS. La presentadora de televisión Lourdes Maldonado actuó como moderadora.

La conclusión común a la que se llegó durante este foro es que Granada tiene el potencial necesario para ser una gran referencia en el sector de la salud, pero necesita mejor comunicación en este aspecto y *creérselo más*, ya que una inversión en ciencia repercute en la economía y en el bienestar. Otros puntos de mejora relevantes serían nuevas infraestructuras y la mejora de las conexiones de la provincia. La apuesta por la innovación, el talento y la colaboración público-privada, algunas claves para mejorar la marca 'Granada-Salud'.

Concha Serrano (Pfizer), José Antonio Lorente (Genyo) y María Neira (OMS) valoraron la importancia del trabajo realizado hasta ahora y ofrecieron propuestas para crecer más, aportando claves para mejorar el presente y el futuro de la apuesta por la marca Granada-Salud, coincidiendo todos ellos en la apuesta por el talento, la innovación, la colaboración público-privada, flexibilizar los trámites burocráticos y crear más en sí misma y en su apuesta por la salud como elementos claves.

Comunicar bien

Una combinación de excelencia, talento y capacidad para comunicarlo. Es muy importante que Granada "se lo crea más" y ayudar a "glamourizar" la ciencia y el conocimiento para que la provincia avance al mismo ritmo que otros lugares. Hay que presumir de lo que se hace y también del potencial que tiene la provincia y tener muy claro, y los países nórdicos son prueba de ello, que una inversión en ciencia repercute en economía y en bienestar.

Es primordial una buena estrategia de comunicación a nivel internacional y tener presencia en publicaciones científicas de alto impacto. Este tipo de promoción no es solo útil para atraer proyectos y talento, sino también inversión. Granada posee una base sólida para construir más alto y fuerte en el sector salud y la biomedicina.

Colaboración de la Administración

Las instituciones tienen que apostar a medio y largo plazo por el sector salud. Las empresas privadas deben tener esa confianza para entender que se trata de un entorno estable con perspectivas de futuro. Debe haber colaboración institucional, con entes locales, Junta de Andalucía o Universidad de Granada y potenciarla de manera estratégica. Hay que apostar por Granada-Salud con un plan estratégico en el que se le dé preferencia.

Otro punto a mejorar es la conectividad de Granada, algo clave incluso para el desarrollo, por ejemplo, de congresos, ya que si es difícil llegar no es propicia su celebración.

La facilitación de los temas administrativos también supondría un gran atractivo ya que la burocracia en investigación lastra mucho, incluso en contratación de personal.

Parque Tecnológico de la Salud

Es imprescindible invertir en infraestructuras ya que Granada no podrá seguir creciendo en este aspecto si se limita a la ubicación física del PTS, que ya se ha quedado pequeño.

Para realizar una transición hacia una economía basada en el conocimiento es imprescindible contar con espacios tecnológicos. En estos ecosistemas de innovación es donde se produce el intercambio de conocimientos desde el área de investigación al área productiva, a las empresas, y donde también se nutre a todas las entidades de talento. Por ello hay que seguir invirtiendo en estos espacios productivos que atraigan nuevas empresas e inversión.

Investigar en salud conlleva un gran beneficio para la sociedad y está relacionado con unos empleos de alta cualificación que hacen que las sociedades en las que la investigación biomédica es muy relevante sean más ricas, más sanas, más inclusivas y más plenas.

Salud

Atracción de talentos

Es bueno que los cerebros se "aireen" y vivan nuevas experiencias, pero lo difícil es que luego encuentren el atractivo suficiente como para volver, por lo que es clave invertir en infraestructura para potenciar el desarrollo de proyectos de interés.

La Universidad de Granada es generadora de talento y tiene una posición estratégica en la formación. El PTS está rodeado de centros docentes, de centros de investigación y de empresas, lo que supone una gran fortaleza para la formación de estudiantes e investigación.

Las uniones público-privadas son muy importantes para crear un 'pool' potente, pero para atraer a la inversión privada es necesario que las entidades públicas se posicionen a favor antes. Estas colaboraciones idealmente deben ser flexibles para no encorsetar y frustrar a los talentos. La colaboración de pequeñas farmacéuticas con pequeñas startup, que pueden tener al talento, pero no los recursos es un modelo cada vez más popular en Europa.

Un punto fuerte de atracción también es la calidad de vida de Granada, sobre todo, ahora que el teletrabajo está a la orden del día y las personas buscan un lugar agradable para vivir. Pero ahí entra de nuevo el tema de mejorar la conectividad y preparar espacios para convertirse en un lugar más saludable en el que vivir.

Granada como provincia saludable

Es vital aprender a convivir con el entorno y el medio ambiente, y no destruirlo. Granada puede convertirse en un gran referente en este aspecto, sobre todo, en referencia a la agricultura sostenible contando con los recursos actuales de la provincia, que son muchos.

Otro elemento que Granada puede trabajar es la transición hacia modelos de energía limpios y no contaminantes.

Y hace falta una planificación urbana saludable en la que se pueda caminar, hacer deporte, ir en bici, socializar... Hay que reflexionar sobre si la ciudad está demasiado centrada en los coches. La salud no es solo la ausencia de enfermedad y el estilo de vida sostenible se está convirtiendo en un requisito de atracción cada vez mayor, sobre todo tras la pandemia.



FORO COMPLETO



AGROINDUSTRIA
Y EL AGUA
3 DE MARZO
2022

Agroindustria y el agua

El jueves 3 de marzo de 2022 se celebró en el Puerto de Motril el cuarto foro de GranadaConectada, centrado en torno a la agroindustria y el agua.

Moderado por la periodista y presentadora Ángeles Blanco, se dieron cita para discutir cuestiones relevantes al presente y futuro desarrollo de la industria agroalimentaria Eduardo Valverde, gerente de Conde de Benalúa y consejero del Consejo Regulador Denominación de Origen Montes de Granada; José Luis Lapuente, director general de Denominación de Origen Calificada Rioja; Ignacio Elola, consejero delegado del Grupo Lactalis Iberia; y Fernando Martín Callejón, gerente de PROCAM, Sociedad Cooperativa Andaluza y representante sectorial de agricultura ecológica en Cooperativas Agroalimentarias de Granada.

El principal punto de inflexión en el foro fue, como no podía ser de otra manera, el gran reto que supondrá afrontar la nueva Política Agraria Común que, sin duda, marcará los próximos años 2023-2027. La puesta en común y debate de estos profesionales del sector vino marcada por claves como la financiación, el crecimiento sostenible y las perspectivas de futuro ligadas al relevo generacional, la innovación o la gestión del agua, así como la necesidad de invertir en la promoción del producto de la provincia.

Política Agraria Común (PAC)

La Política Agraria Común (PAC) va a marcar el futuro, al transformar la agricultura actual en un concepto de agricultura sostenible por encima del concepto productivista. La visión ecológica va a tener un coste para el agricultor y también para la sociedad. Los productos van a ser más orgánicos, pero más caros.

Sin duda, la PAC constituye un instrumento muy potente para lograr apoyar a los agricultores y ganaderos de la provincia y brinda la oportunidad de implementar medidas eficientes.

Se plantean retos para el agricultor y las empresas ante la nueva PAC ya que cambia la estructura, porque antes se recibía dinero por cumplir requisitos y ahora es por el cumplimiento de objetivos que se medirán por una serie de indicadores para tener acceso a las ayudas. Es vital el papel de la Administración para la generación de infraestructuras y defender a capa y espada nuestros productos en la Unión Europea.

Se deben buscar unos objetivos reales y asumibles, que garanticen el medio de vida y el futuro de tantas familias del sector. Se deben fijar plazos mucho más razonables y asumibles, objetivos concretos y no olvidar la realidad de las personas que viven del campo, sin que el sector se ahogue.

Por parte de las administraciones, además, es necesario una mayor agilidad, así como tener buenos convenios de colaboración con la investigación y, especialmente, con la Universidad de Granada. Todo ello sin olvidar la inversión en infraestructuras de comunicación para poder tener garantías de exportación. Por ejemplo, el de Motril es el único puerto de España sin conexión ferroviaria y es necesario que tenga.

Mentalidad abierta

Algo clave para el desarrollo del sector es ser visionario y estar abierto a los nuevos tipos de clientes, de productos y de servicios, así como que los agricultores sean ambiciosos. También debe haber siempre una visión de desarrollo a largo plazo que se apoye en herramientas de previsión para hacer frente a los problemas.

Los retos para el sector agroalimentario son la innovación, la búsqueda de ahorro y competitividad y el cultivo del talento, pero también el campo es una oportunidad de empleo y por eso hay que invertir en el talento y generar atractivo para que los jóvenes sean emprendedores.

Agroindustria y el agua

Promoción del producto

El punto fuerte de la producción agrícola de Granada está en la calidad de su producción, con nueve denominaciones de origen y fantásticos productos, pero se requiere mayor dinamismo. Es muy importante dar mayor difusión a los productos que tenemos, es muy importante una correcta promoción del producto, es vital invertir en promoción. Hay mucha competencia y es importante fortalecer la denominación de origen y poner al consumidor en el centro del objetivo y conquistarlo y fidelizarlo.

Además, es muy importante incrementar la productividad de las explotaciones, o sea, aumentar las toneladas por unidad de superficie, así como extender por más tiempo la comercialización y producción de productos tropicales, especialmente el aguacate y el mango, que son únicos en el mercado europeo. También cabe destacar que la Costa de Granada sería más importante si tuviera más hectáreas en regadío, ya que cuenta con productos únicos que hay que hacerlos valer en el mercado.

Personal capacitado

El campo como ámbito laboral es un gran motor de empleo y tiene muchas posibilidades, pero es importante contar con personal preparado para su correcto desarrollo. Por ello, es necesario mostrar el campo como una alternativa laboral real, con expectativa de futuro, por ejemplo, invitando a que las empresas se acerquen más proactivamente a las universidades para que los más jóvenes cambien su percepción sobre este ámbito laboral.

Es clave trabajar sobre el relevo generacional y dar una mayor visibilidad de la mujer en el medio rural, así como en la digitalización, las nuevas tecnologías o la adaptación a los nuevos canales de venta.

Infraestructuras e investigación

La industria de la agroalimentación representa el 10% del PIB del país, casi un 14% del empleo y el año pasado marcó el 20% de la exportación española. Es necesario invertir en infraestructura para permitir el desarrollo de las empresas y la innovación en el sector.

Cuatro mejoras clave sobre las que investigar serían: incrementar la productividad de las explotaciones, extender durante un mayor periodo de tiempo la producción y comercialización de productos tropicales, como aguacate y mango, productos únicos en el mercado europeo debido a su calidad. El tercer elemento clave de investigación debería ser el aprovechamiento al 100% del producto producido en alimentos de gran valor nutricional. La última línea que el considera clave para investigación sería la eficiencia en la utilización de recursos que, además, es objetivo clave en la próxima PAC.

Invertir en agua

Es necesario que la Administración haga un esfuerzo en inversiones para la gestión del agua. Sin el agua, no hay vida. También la concienciación, pues es necesario buscar un equilibrio en un uso necesario y racional. Y, además, surge la imprescindible reivindicación de las conducciones de agua de la presa de Rules que llevan años sin ejecutarse por las diferentes administraciones que han pasado por el gobierno central.

FORO COMPLETO

The background of the entire page is a reproduction of Michelangelo's famous fresco 'The Creation of Adam'. It depicts the hand of God on the right reaching towards the hand of Adam on the left, which is wearing a blue latex glove. The two hands are positioned just inches apart, creating a sense of tension and divine spark.

**NUEVAS TENDENCIAS
EN CIENCIA, TECNOLOGÍA,
EMPRESAS E INNOVACIÓN**

7 DE ABRIL
2022

Nuevas tendencias en ciencia, tecnología, empresas e innovación

El jueves 7 de abril de 2022 se celebró el foro de GranadaConectada en torno a las nuevas tendencias en ciencia, tecnología, empresas e innovación en el Parque Metropolitano de Granada, en Escúzar, un enclave estratégico fundamental del presente y el futuro de la provincia con la ubicación del proyecto IFMIF-DONES y de otras instalaciones de las empresas más importantes del panorama nacional e internacional.

Participaron en este encuentro María Jesús Almazor, CEO de Cyber Security & Cloud de Telefónica Tech; Marcelo Vázquez, CEO de TM System Contact Center, presidente de Infoautónomos y presidente del Círculo Tecnológico de Granada; y Enrique Herrera, vicerrector de Investigación y Transferencia de la UGR. El moderador del foro fue el periodista José Yélamo.

Dentro de las conclusiones del foro destaca la opinión generalizada de que Granada tiene que apostar más por sí misma, que necesita una mejora relevante con nuevas y mejores infraestructuras, personal del sector más especializado y mejorar las conexiones de la provincia.

Acelerador de partículas

El proyecto del IFMIF-DONES tendrá un gran impacto ya que se invertirán 900 millones de euros en su construcción durante 10 años y necesitará de otros 50 a 60 millones de euros de mantenimiento, lo que generará mucho empleo y la creación de empresas. Es el proyecto de investigación más importante de España y muy trascendente para el futuro energético de la humanidad.

Es por eso la enorme importancia de las infraestructuras, especialmente de espacios que alberguen la gran cantidad de empresas que tienen interés de instalarse en Granada, y también de las comunicaciones. El metro debe llegar al Parque Metropolitano en Escúzar. Y hay que preparar el entorno para ofrecer calidad de vida a quienes vengán a vivir a Granada, en vivienda, educación y sanidad y que albergue los nuevos servicios que necesiten todas las personas que vengán. Es fundamental la inversión público-privada.

Atraer el talento de fuera y retener el local

Los expertos valoran la enorme importancia que tiene la llegada del acelerador de partículas y la gran cantidad de proyectos que atraerá, así como el hecho de que Granada se haya convertido en un centro nacional de la Inteligencia Artificial. Pero, por ello, manifiestan su inquietud por la escasez de personas preparadas para cubrir la gran cantidad de empleos tecnológicos que se han creado, un sector en el que las cifras de paro son inexistentes.

Por tanto, la formación y el talento son fundamentales para cubrir la demanda de las empresas. También se reclama un plan estratégico con visión de futuro que no dependa de la temporalidad de quienes estén en los cargos.

Hay gran demanda de perfiles tecnológicos en el mercado y solo en España hay un déficit de más de 80.000 de esos perfiles. Es fundamental tener proyectos grandes y atractivos que atraigan talento de fuera y retengan al talento local y fomentar la colaboración entre la Universidad y las empresas. Ahora mismo hacen falta 1.500 empleos tecnológicos en Granada y no hay gente preparada para ello.

Además de crear esos proyectos interesantes, es necesario invertir en crear y mejorar infraestructuras para poder llevarlos a cabo. También es importante invertir en estar al día con las tecnologías. Se trata de generar un ecosistema ideal para atraer a esos perfiles y que Granada crezca económicamente.

La provincia tiene la calidad de vida y el atractivo suficiente para atraer a empresas y talento por igual, pero hay que ponérselo fácil y, sobre todo, contarle y darle visibilidad a nivel internacional, invirtiendo en promoción.

Nuevas tendencias en ciencia, tecnología, empresas e innovación

Ciberseguridad

Durante el último año, el 92% de las empresas de España han sufrido algún intento de ciberataque, pero solo un 30% han actualizado sus sistemas de seguridad digital. Especialmente son las PYMES, quienes piensan que no son vulnerables a estas 'grandes amenazas', pero más del 60% de estos ataques son a pequeñas y medianas empresas.

Actualmente, las empresas dedican de media tan solo un 6% de presupuesto a la ciberseguridad y es un grave error que debe trabajarse desde la concienciación y compartiendo información.

Se trata de un tema complejo y costoso que puede solucionarse con ayudas administrativas, pero hay que invertir en prevención y detección de ataques informáticos.

Transformación digital

La transformación puede llegar a repercutir en las empresas aumentando su productividad general hasta un 25% más y ayuda a que sean más rentables y competitivas, a afrontar menos costes y a acercarse a otros mercados de forma mucho más ágil.

Pero es un proceso que requiere una gran inversión de tiempo y dinero para las empresas y las autoridades podrían plantear más ayudas para que los empresarios no tengan que elegir entre pagar la nómina a sus empleados o actualizarse.

Mejorar las comunicaciones

La mejora de la infraestructura en comunicaciones no es solo para llegar a la provincia vía aérea, por carreteras o ferrocarril, que es un asunto fundamental que no puede esperar, sino que, si las empresas comprueban que es difícil llegar hasta aquí, es probable que no opten por Granada como primera opción para su ubicación.

Pero también es importante mejorar las conexiones dentro de la ciudad, por ejemplo, entre los distintos campus que tiene la Universidad por la ciudad. Y son mejoras que no pueden llegar cuando ya sea tarde, es importante actuar rápido.

Menos trabas desde la Administración

Es necesario poner menos trabas para poder poner cosas en funcionamiento y la burocracia de las administraciones ralentiza muchísimo los proyectos; hace falta velocidad para construir, velocidad para atraer inversiones y también la valentía de empresas que vengan y que lo hagan.

Es necesaria una unión de todas las administraciones sin fisuras. Seguir el camino según la estrategia trazada y consensuada y que los objetivos no cambien en función de otros que vengan. Es necesario un plan estratégico para la provincia de Granada que sea inamovible esté quien esté en las administraciones.

Nuevas tendencias en ciencia, tecnología, empresas e innovación

Un rumbo claro y sin cambios

Hay que ser consciente de la situación a nivel tanto nacional como internacional para entrever el futuro del sector y trazar objetivos concretos con un plan estratégico.

Granada tiene en la actualidad unas 300 empresas vinculadas a la tecnología y 850 que dentro de sus modelos tienen también perfiles tecnológicos. Ha habido una alta creación de empleo en el año 2021 y ahora, con la guerra entre Rusia y Ucrania, hay empresas que van a duplicar su crecimiento. Es conveniente echar un vistazo a la gestión que Málaga y Sevilla están haciendo en este aspecto porque Granada puede perder una gran oportunidad de crecer.

Por otro lado, las empresas deben estar ávidas y darse cuenta de cuáles son las oportunidades.



FORO COMPLETO



CULTURA
4 DE MAYO
2022

Cultura

El lunes 4 de mayo de 2022 se celebró en la Sala Neomudéjar del Colegio Máximo de Cartuja de la Universidad de Granada el foro de GranadaConectada dedicado al sector de la cultura, donde el actor y empresario malagueño Antonio Banderas compartió sus ideas y experiencias junto a la presentadora de RTVE Elena Sánchez como moderadora. También participó de forma telemática el músico granadino Miguel Ríos y ambos artistas coincidieron en la necesidad de la colaboración público-privada y del mecenazgo para la dinamización cultural de las ciudades, además del valor de la formación sobre la cultura que debe inculcarse a la juventud.

Las principales conclusiones del foro radican en la petición de un impulso y compromiso de las administraciones para crear un ecosistema cultural en Granada.

Colaboración público-privada

Para que Granada despegue culturalmente es necesario impulso y compromiso de las administraciones y la colaboración público-privada.

No solo es necesario generar propuestas culturales de interés, sino también proyectarlo a nivel internacional. Todo esto repercute en nuevos modelos de turismo enfocados a la cultura y eso aporta un gran retorno a la provincia a nivel de pernoctaciones y consumo local. Es clave la concienciación cultural y entender este ámbito como un elemento para atraer turismo de calidad.

También es esencial una correcta planificación de la ciudad para que invite a pasear, a visitarla y se vuelva aspiracional. De este modo, una visita al teatro puede volverse una experiencia completa dependiendo de si la ciudad está enfocada a los coches o a las personas, y de los locales que proliferen por el centro.

Para que Granada pueda convertirse en Capital Cultural en 2031 hay que potenciar el trabajo, potenciar la creatividad y cuidar a la gente, también a los más jóvenes.

Mecenazgo y ayudas

En ciudades como Barcelona el mecenazgo ha sido clave para la dinamización cultural de la ciudad, que ahora es una de las capitales culturales del mundo. Y lo mismo está ocurriendo en Málaga. La colaboración de las empresas privadas con las entidades públicas es vital, pero para transmitir seguridad al sector privado es muy necesario que el sector público se involucre y 'enseñe músculo' y demuestre lo que quiere para la ciudad para atraer así a patrocinadores privados. Se lleva escuchando sobre una supuesta 'Ley de mecenazgo' desde 1984 en España, pero nunca ha llegado.

Hay que reconocer el valor añadido a una ciudad que aporta su tejido cultural, al tiempo que hay que incorporar el dato del PIB que genera para entender su verdadera dimensión. La cultura del mecenazgo es importante para incentivar a las empresas a invertir en cultura con deducciones fiscales.

Otro factor que dificulta mucho la proliferación de actividades culturales son los impuestos tan altos en cultura, que quizá podrían reajustarse para generar más empleo (y mayor recaudación de los mismos).

Calidad y formación

La formación de calidad es muy importante para poder desarrollar propuestas de cierto nivel. Es muy importante, también, diversificar la formación. Por más escuelas de arte dramático que haya, no todo el mundo puede ser actor, pero las escuelas técnicas son algo muy escaso y necesario. Las entidades públicas podrían trabajar en titulaciones que avalen preparaciones de formación técnica de gran nivel.

También se destaca la importancia de la Universidad de Granada y de cómo esta entidad debe tener conciencia de lo que significa para la provincia y viceversa, para terminar de formar un gran polo de desarrollo intelectual.

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Conclusiones del foro

28 DE JUNIO
2022



FORO COMPLETO



Comunicación y publicidad

El martes 28 de junio de 2022 tuvo lugar en el Teatro CajaGranada el foro de GranadaConectada dedicado al mundo de la comunicación y la publicidad.

En este encuentro moderado por el presentador Fernando Díaz de la Guardia participaron el renombrado publicista y coleccionista de arte, Luis Bassat, y el fundador y presidente ejecutivo de Secuoya Grupo de Comunicación, Raúl Berdonés. También estuvieron presentes de forma telemática en este encuentro el periodista Lorenzo Milá y la CEO de Shine Iberia y productora ejecutiva de MasterChef, Macarena Rey.

Entre las conclusiones principales, Granada tiene el potencial de ser una ciudad de cine, pero hay que ponérselo fácil a las productoras y trabajar en mejorar la promoción de nuestra provincia. Además, surgió un claim para promocionar la provincia en el mundo: 'Granada, tierra soñada'.

Atraer producciones a Granada

Las claves más importantes para atraer grandes producciones a Granada son flexibilidad, disponibilidad y facilitación del dinero. Granada tiene muchas oportunidades para acaparar rodajes, pero debe apoyarse en el incentivo fiscal que el Gobierno de España ha puesto a disposición de las producciones internacionales y facilitarles a las productoras las localizaciones que quieren utilizarse, porque eso, además, siempre repercute en un retorno para el entorno a nivel del turismo que atrae. Por ejemplo, por cada euro invertido en una serie llegan cinco de retorno.

La importancia de la colaboración público-privada es fundamental porque son más de 1.000 millones de personas potenciales de audiencia en todas las plataformas de streaming actuales.

También es importante considerar la financiación por parte de las empresas privadas a través de los branded content, por ejemplo, cada vez más de moda.

Las largas horas de sol, la gastronomía y el gran atractivo en cámara de la ciudad son suficiente para despertar el interés de las productoras, pero hay que ponérselo fácil, sobre todo, ahora que España y el 'made in Spain' está tan de moda en el extranjero. Por ello, es muy interesante también darle voz a los grandes proyectos internacionales que se están realizando en la provincia, aunque sean de otros ámbitos.

Mejorar la conectividad de la provincia

Otro punto a mejorar para que la provincia pueda atraer producciones es conectarla de verdad y mejorar su difícil acceso. Si la gente no puede venir fácilmente, no querrá producir contenido aquí.

Unir fuerzas

Granada es la única provincia de Andalucía que no pertenece a la 'Andalucía Film Comisión', que a su vez forma parte de la 'Spain Film Comisión', y siempre es beneficioso formar parte de paraguas de esa envergadura tanto por el apoyo que pueden conseguir como por las sinergias a las que pueden dar pie. Es muy importante colaborar y unir fuerzas también entre lo público y lo privado, mirando siempre todos hacia un mismo horizonte.

Comunicación y publicidad

Promocionar Granada como destino

En primer lugar, hay que saber resumir en una frase, en una imagen o en una música el valor diferencial de Granada, lo que la hace diferente.

El objetivo no debe ser que el turismo venga dos noches una semana, sino que sueñe con venir a vivir a Granada o a pasar mucho tiempo en la ciudad o la provincia; conseguir que Granada enamore y la gente se enamore de la idea de venir aquí, y que repita. Por ello, debe ser una campaña emocional.

Un claim para Granada

‘Granada, tierra soñada’. Es un claim emocional y maravilloso y puede abarcar distintos temas; soñar con la nieve de Sierra Nevada o con el mar, con los monumentos o con la gastronomía... Granada puede ser una ciudad o una provincia de ensueño y se puede construir una gran campaña con ese concepto.

Además, al ser la letra de una canción tan famosa la gente ya está familiarizada con este claim y lo va a aceptar de forma muy positiva y no hará falta explicárselo a nadie. El hecho de que sea una canción también permite que se pueda versionar de todas las maneras y para todos los géneros musicales.

ECONOMÍA

Conclusiones del foro

20 DE SEPTIEMBRE

2022



FORO COMPLETO



Economía

El octavo y último foro de la primera edición de GranadaConectada, dedicado a la economía, se celebró en el edificio El Cubo CaixaBank el martes 20 de septiembre de 2022.

En este encuentro, moderado por la presentadora y productora ejecutiva Luján Argüelles, se dieron cita Juan Alcaraz, director general de Negocio de CaixaBank y Gerardo Cuerva, presidente de CEPYME y presidente de la Cámara de Comercio de Granada y de la Confederación Granadina de Empresarios para hablar sobre los problemas que más preocupan a la sociedad granadina, relacionados con el panorama económico actual.

La principal conclusión es la necesidad de tomar medidas flexibles en vistas de una situación económica absolutamente extraordinaria. Para reactivar la economía del país, además, es necesario ponérselo fácil al tejido empresarial y productivo que son la base de todo. Además, se puso en valor que la singularidad de Granada, el ecosistema digital y la variable del teletrabajo, son claves para la retención de talento.

Medidas más flexibles

La espiral del incremento de precios nace de una situación inesperada y no controlada, como es una guerra en Europa que ha producido un incremento en el precio de la energía y, por tanto, en los costes de producción y en el precio final de todo.

Ante este tipo de situaciones, es posible tomar medidas extraordinarias para favorecer al ciudadano, acciones puntuales de manera excepcional y que, posteriormente, tendrán que reajustarse, pero tener cierta flexibilidad a la hora de tomar medidas debería ser algo a contemplar.

La inflación, la presión fiscal sobre los autónomos o la competitividad en los sueldos son algunas de las cuestiones que más preocupan a los granadinos. Ante esta situación en la que los ciudadanos y las empresas lo están pasando mal se pide tomar medidas extraordinarias, pero de forma diligente. En la etapa del Covid, España invirtió el 0,6% del PIB en ayuda a la empresa, mientras que países como Alemania u Holanda llegaban al 3,5%.

Se reclama al Gobierno que tenga en cuenta estos indicadores para así no poner en peligro el estado del bienestar y, consecuentemente, a la empresa. Es necesario un Plan Integral de Ayuda a la Empresa.

La base del sistema económico español está en las pymes y en el tejido productivo y hay que apoyarlas como se pueda, a nivel energético, fiscal, de liquidez...

El precio del suelo

El acceso a la vivienda es una de las problemáticas que más preocupa a los ciudadanos desde la crisis del 2008. Han pasado catorce años y todavía no se ha regulado el precio del suelo, que es el componente más importante en el precio de la vivienda y las administraciones sí que pueden posicionarse en este aspecto.

Fondos europeos y Kit Digital

El dinero de los fondos europeos no está llegando a las empresas mientras que el del Kit Digital sí que lo hace y está dando muy buenos resultados, debido a que el Kit Digital sí trabaja con las entidades financieras pese a ser una herramienta del Ministerio de Economía. Si no se insiste en que los fondos europeos recorran la primera milla, serán un fracaso.

Balancear los fondos

Balancear los fondos europeos hacia acciones extraordinarias para salvar al tejido productivo es una opción que ya se está proponiendo en Alemania debido al momento tan delicado en el que vivimos. Una posibilidad es la de trabajar con las entidades financieras para sacar líneas de ayuda directas con recursos europeos para poder dar a la empresa esa liquidez que no encuentra. Tenemos una situación extraordinaria y hace falta tomar una solución extraordinaria.

Economía

El tipo de empresa repercute en la calidad laboral

En Granada el mayor porcentaje de las empresas se dedica al sector servicios, sobre todo, la pequeña y mediana empresa. Sería importante aumentar el porcentaje de la empresa industrial no solo en la provincia, sino en todo el territorio nacional, ya que es un modelo que viene acompañado de empleos estables y de calidad.

Granada carece de industria y hay empresas pequeñas en las que existe el llamado 'síndrome del empleado 50', que el funcionamiento cambia mucho cuando se llega a esa cifra. Hay que evitar que se coarte el crecimiento a partir de ahí.

Por otra parte, cuesta mucho trabajo retener y atraer talento por el llamado 'efecto Ronaldo', que es la idea preconcebida del trabajador de pactar sus condiciones económicas en neto: la carga impositiva lo pone muy difícil.

La provincia ofrece un entorno que, si una compañía te lo permite, es perfecta para el teletrabajo porque cualquier ciudadano europeo querría venir a un lugar con unas condiciones como esta.

Información y divulgación

Es importante informar y ayudar con cualquier iniciativa para que las líneas de ayuda disponibles lleguen a los empresarios y ciudadanos, que muchas veces por desconocimiento no llegan a solicitarlas. Por ejemplo, los fondos FEI que son líneas avaladas hasta el 80% que permiten realmente en esa aproximación de como apoyar a las pequeñas empresas, de dos y tres empleados, a tener facilidades crediticias para invertir. Las asociaciones empresariales y las cámaras de comercio también juegan un papel esencial en tener esa información accesible y a disposición de todo el mundo.

Existen una gran cantidad de líneas de financiación con facilidades crediticias para invertir y que están cubiertas con fondos europeos. Hay que quitar el miedo a las empresas a utilizar estas líneas. Hay muchas que están orientadas, por ejemplo, a los jóvenes o a las mujeres. Muchas veces es para un pequeño taller, por lo que se trata de un tema de que se den a conocer bien esas facilidades.

Eficiencia energética y autoconsumo

¿Cuántas ayudas hay a nivel europeo que no se están ejecutando para la eficiencia energética? El norte de la provincia es muy rica en recursos a nivel eólico y solar, pero hace falta concienciar de la falta que hacen redes eléctricas para ello.

Por otro lado, hay que apostar por la eficiencia energética del autoconsumo en las familias y comunidades de vecinos y poner facilidades de crédito para las instalaciones, licencias...

Invertir en una placa solar reduce la factura energética. Se trata de inversiones que se amortizan en menos de dos años. Hay que apostar por el autoconsumo.

Patrocinadores y colaboradores globales

PRESENTAN



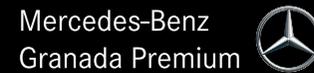
COLABORAN



PATROCINADOR



PROVEEDORES OFICIALES



Patrocinadores sectoriales



granadaconectada.es



GRANADA CONECTADA

Ideado y producido por **doctortrece.**
COMUNICACIÓN