

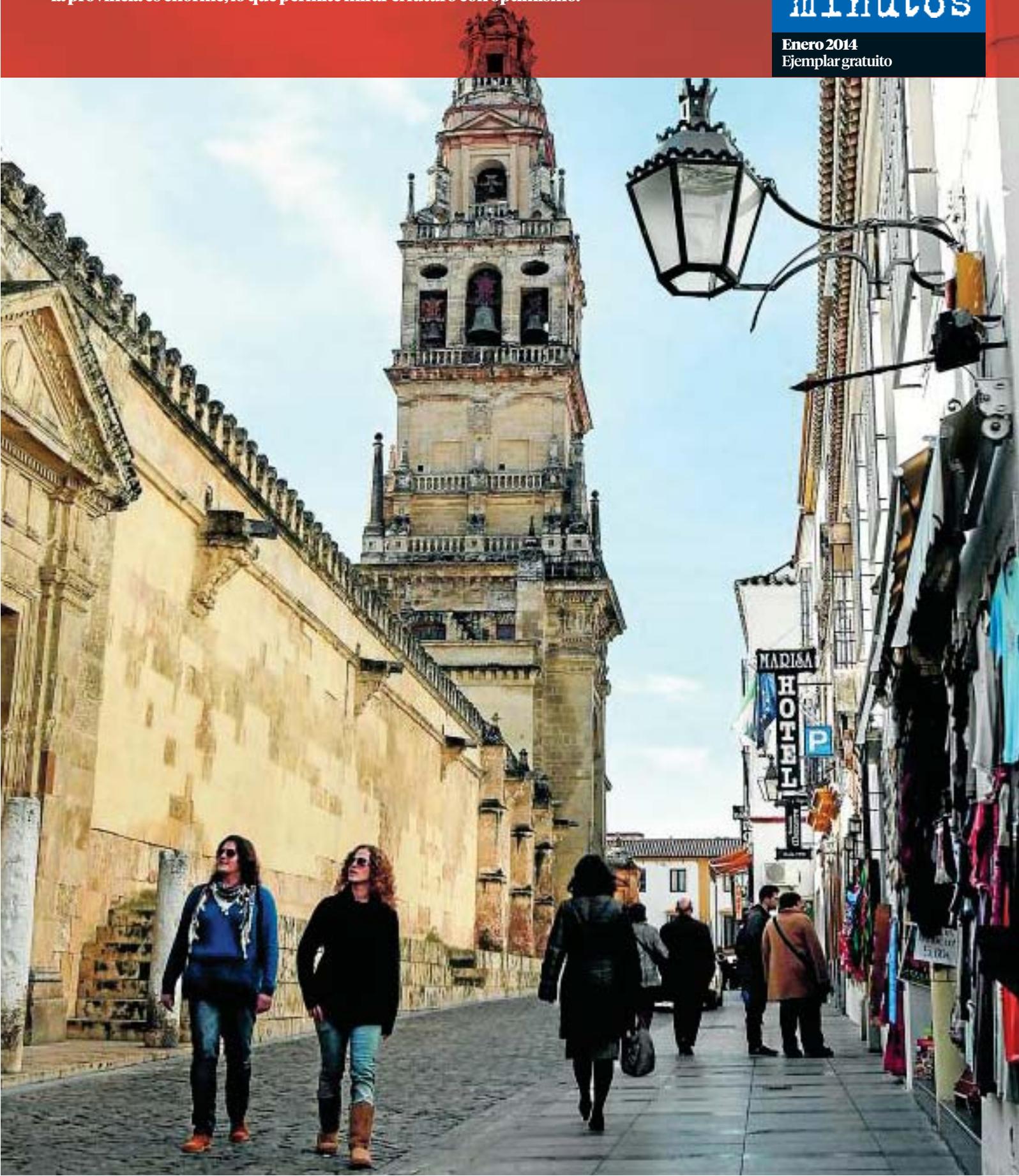
ESPECIAL CÓRDOBA

Innovación y crecimiento

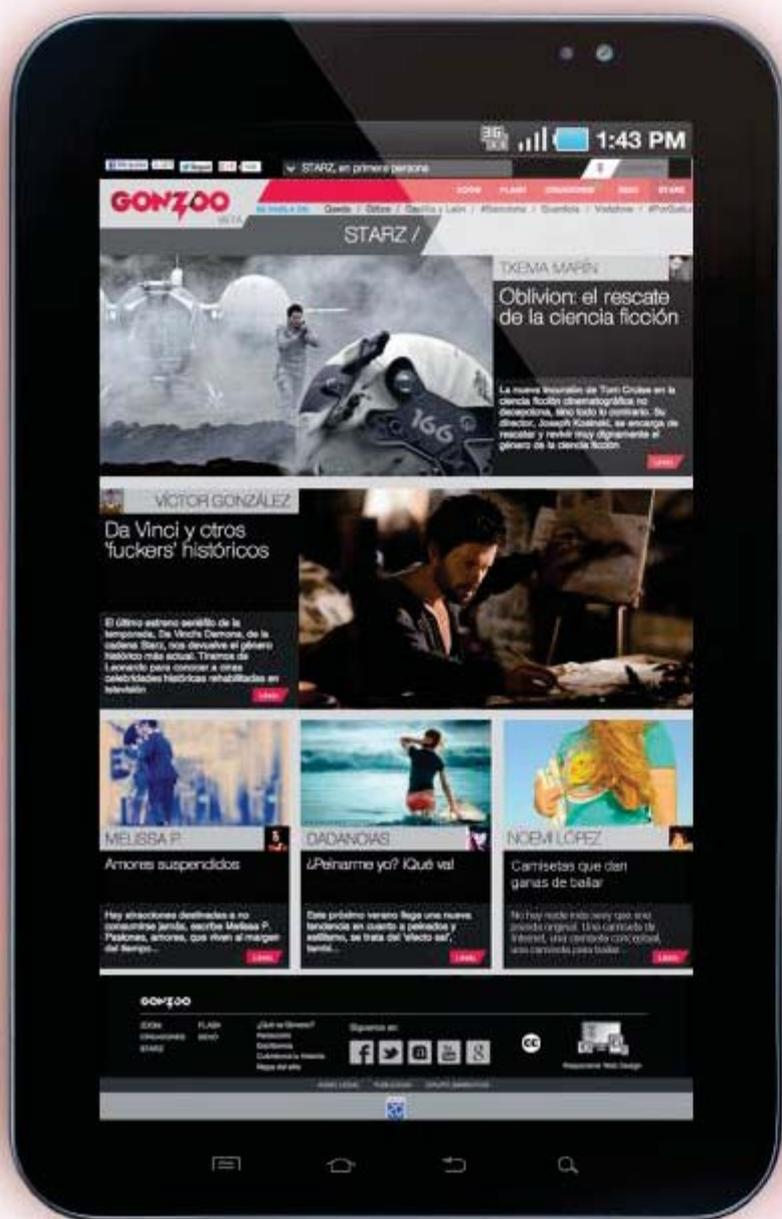
Son dos de los grandes retos que tiene Córdoba por delante para remontar la actual situación. En cualquier caso, el potencial de los principales motores económicos de la provincia es enorme, lo que permite mirar el futuro con optimismo.

20
minutos

Enero 2014
Ejemplar gratuito



EN MI MUNDO
RESPETAN
MI OPINIÓN



Tendencias, política, cultura, tecnología, deportes, moda...
NOS INTERESA TODO LO QUE TE INTERESA

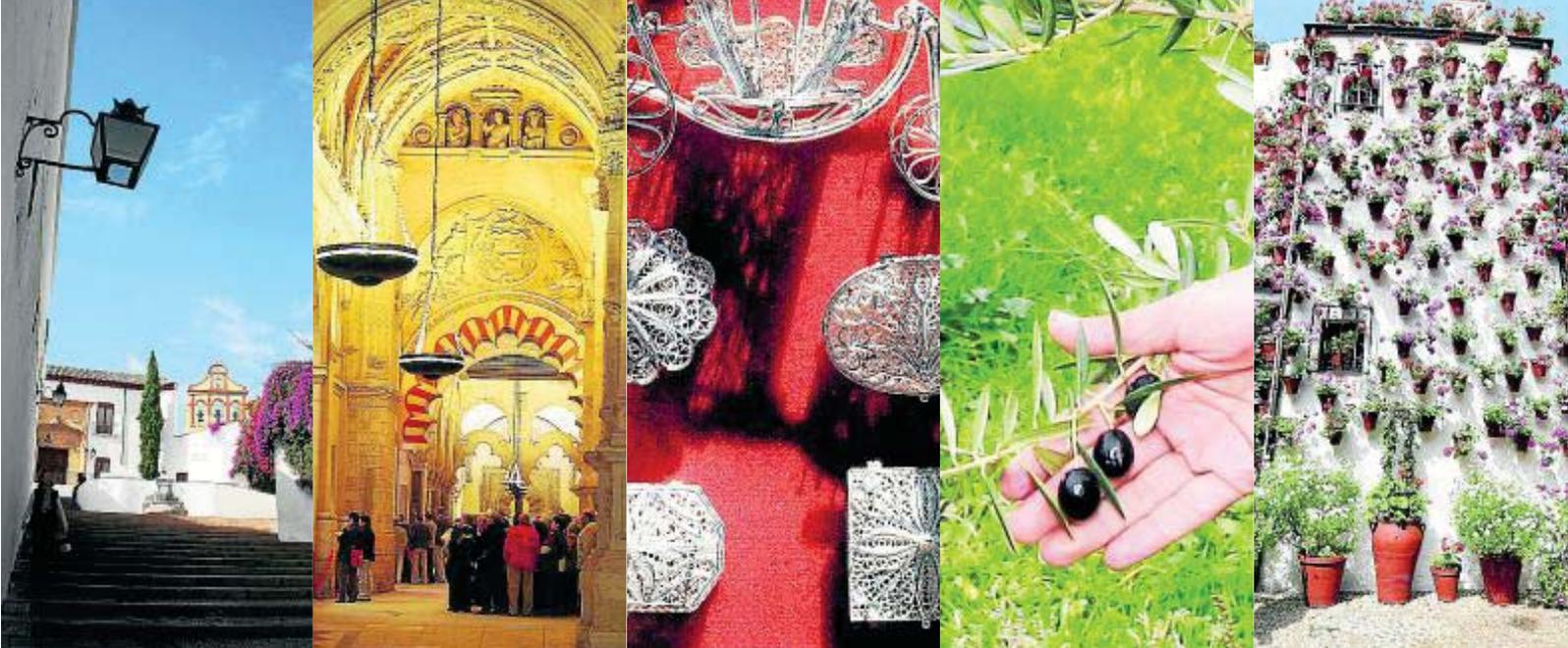
GONZOO

tu mundo, nuestro mundo

gonzoo.com

@gonzoonews





LOS MAGACINES DE 20 MINUTOS

ESPECIAL CÓRDOBA

Aunque las estadísticas se empeñan en colocar a Córdoba en una posición preocupante dentro del panorama nacional, empiezan a verse síntomas de que las cosas pueden cambiar si las políticas que se están adoptando en Andalucía transcurren por vía ya iniciada.

Córdoba es la segunda provincia española con más paro, solo por detrás de Cádiz, con un 37,04%. Las cifras ofrecidas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la Encuesta de Población Activa (EPA) hecha pública la semana pasada, sitúan a nuestra provincia con una tasa de paro ligeramente menor respecto al trimestre anterior, un 37,04% frente a un 37,16%. Sin embargo, esa misma encuesta confirma que ahora trabajan más cordobeses que en el trimestre anterior y que también ha subido la población activa, que se ha incrementado en 1.100 personas. Au-

menta el número de trabajadores en el sector agrícola, y baja en servicios, industria y construcción, aunque levemente.

Inversiones para 2014

Tanto desde la Junta de Andalucía como desde la Delegación del Gobierno se anuncian fuertes inversiones con el objetivo de crear empleo, sobre todo en el sector turístico y en el agroalimentario. Y se está fomentando seriamente el trabajo autónomo y la innovación. Este año, Córdoba tiene una oportunidad única como Capital Iberoamericana de la Gastronomía, un escaparate internacional que hay que aprovechar. En relación con el turismo, Córdoba no ha tocado techo, por lo que las administraciones se esfuerzan en dar a conocer todo el potencial de la provincia con el objetivo de impulsar un sector que se considera fundamental para la creación de empleo.

SUMARIO

ENTREVISTA	
Con Ángel Cañadilla, director de la Fundación Cajasur.	4
Y con Salvador Fuentes, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba.	6
TURISMO	
En la capital	10
En la provincia	12
Rutas	12
JOYERÍA	
Tradición con brillo	16
AGROINDUSTRIA	
Sector ganadero	20
Sector vitivinícola	22
GASTRONOMÍA	
Rutas por la provincia	24
MADERA Y MUEBLES	
Nuevos retos	26
CERÁMICA	
Moldear el futuro	28
INVESTIGACIÓN	
Un referente sanitario	29
FINANZAS	
Tiempo de ahorradores	30
FERIAS Y FIESTAS	
Abiertos al mundo	32
AGENDA CULTURAL	
Ocio y espectáculos	33

DIRECTOR ARSENIO ESCOLAR. **VICEDIRECTORA** VIRGINIA PÉREZ ALONSO. **Los magazines** son publicaciones elaboradas por el departamento de Publicaciones no Diarias de 20 minutos. **Dirección** Josán Contreras. **Diseño** David Velasco. **Coordinación** Pilar Sanz y Ángel Petricca. **Colaboración** Pablo Cruz. **Maquetación** Marta de los Dolores. **Corrección** Raquel M. Valtierra.

EDITA GRUPO 20 MINUTOS, S. L. **Presidente** Bertt Olufsen. **Vicepresidente** Eduardo Díez-Hochleitner. **CEO** Juan Balcázar. **Publicidad** Hortensia Fuentes (directora general). **Operaciones** Héctor María Benito. **Producción y Logística** Francisco F. Perea. **Marketing** Alfonso Pérez. **Ti** Juanjo Alonso. **Administración** Luis Oriate. **Recursos humanos** José Alcántara. **Imprime** Artes Gráficas del Mediterráneo.

20 minutos. Condesa de Venadito, 1. 28027 Madrid. Teléfono: 902 200 020

Depósito Legal: M-35408-2012

PORTADA: Ángel Roldán.

IMPRESO EN PAPEL 100% RECICLADO

los magazines de





CAJASUR

«Hemos ayudado a 182.000 personas durante 2013»

ÁNGEL CAÑADILLA

DIRECTOR DE LA FUNDACIÓN CAJASUR

Innovación social y desarrollo cultural serán los ejes principales de la Fundación Cajasur para este año, según apunta su director, Ángel Cañadilla. Para ello, ha elevado su presupuesto, hasta alcanzar los 5,5 millones de euros.

¿Cómo se trabaja desde la Fundación Cajasur en favor de la sociedad cordobesa y andaluza?

Para contestar a esta pregunta, me remito directamente a nuestros fines fundacionales, que nos definen como una entidad que trabaja por el fomento del empleo, el apoyo a la economía social, el fomento de la actividad emprendedora, la financiación de obras y actuaciones en los campos de los servicios sociales, el patrimonio cultural e histórico y demás actuaciones en el campo de la cultura y de otra naturaleza análoga que favorezcan el desarrollo socioeconómico de Andalucía. Todo lo ejecutamos a través de tres áreas de trabajo: Viana y Cultura, Centros Educativos y Acción e Innovación Social.

La Fundación ha elevado su presupuesto para este año por encima de los 5,5 millones de euros. ¿Cuáles serán las prioridades?

Efectivamente, dentro de la situación actual, la Fundación Cajasur ha hecho un gran esfuerzo para aumentar, con respecto al año 2013, el presupuesto, hasta alcanzar los 5,5 millones de euros. Para el presente ejercicio, la Fundación pondrá el énfasis en la acción e innovación social y el desarrollo cultural. **Su apuesta por la innovación social es clara. ¿En qué consiste?**

«90.000 personas conocieron en 2013 el proyecto Viana, Puerta de los Patios»

La Innovación Social es una de las prioridades de la Fundación Cajasur. Para 2014 incidiremos en la innovación social como agenda de largo recorrido. Para ello se pondrá en marcha el Córdoba Social Lab, en el ámbito de la iniciativa europea 2020, y se creará un foro en torno a la Sala Cajasur Reyes Católicos en el que se desarrollarán actividades al servicio de los retos sociales, en ámbitos como la inclusión social, el medio ambiente, la

igualdad, la educación o la cultura, entre otros aspectos.

¿Se hace ahora más necesario apoyar a los más desfavorecidos?

Desde siempre ha sido una prioridad constante en el día a día de la Fundación Cajasur. El año pasado, la acción de nuestra Fundación llegó a 182.000 personas gracias al apoyo que dimos a 83 proyectos del programa de ayudas sociales y culturales.

La Fundación tiene varias líneas de apoyo a los emprendedores. ¿Cuáles son?

Desde la puesta en marcha del Programa de Emprendedores, el año pasado, hemos recibido más de 160 proyectos tanto directos como de entidades colaboradoras. Este programa se basa en dos pilares: por una parte, una financiación adaptada a las necesidades de las personas que emprenden, hasta 18.000 euros en condiciones favorables, y por otra, el acompañamiento a los promotores en las primeras fases del proyecto.

En materia cultural, el Palacio de Viana es un eje fundamental con el proyecto de Puerta de los Patios. ¿Qué repercusión ha tenido?

La puesta en marcha del proyecto Viana, Puerta de los Patios ha supuesto un antes y un después en la vida de este histórico monumento cordobés. En 2013, el número de visitantes ascendió a 90.000 personas. Una cifra récord que viene a respaldar las actuaciones acometidas en el Palacio.

Tu hipoteca desde **EURIBOR+** **1,25%***

Tipo interés inicial 2,5% en los primeros 24 meses.
Resto periodo euribor+1,25%.
TAE: 2,83%



algo está **cambiando**

Infórmate en cualquiera de nuestras
oficinas o en cajasur.es

*Ejemplo para financiación de vivienda por valor de 100.000 euros y un plazo de 30 años. Tipo interés inicial: 2,5% durante 24 meses. Resto Euribor anual mes anterior + 1,25% (considerando máxima bonificación del pack vinculación Premium**). Comisión de apertura: 0,5%. Revisión interés anual. Euribor a 1 año publicado por el Banco de España el 30 de septiembre de 2013, 0,543%. Esta TAE Variable se ha calculado bajo la hipótesis de que los índices de referencia no varían, por lo que esta TAE Variable se modificará con las revisiones del tipo de interés. TAE Variable: 2,83 %.

**Para la obtención de la máxima bonificación (0,50) es obligatorio tener (1) los haberes domiciliados (ó cuota de autónomos más saldo medio mínimo en cuenta ahorro vista de 5.000 €) + consumo con tarjeta superior a 5.000 € anuales: bonificación de 0,25; (2) La contratación de un seguro de Hogar con la cobertura de un capital de contingente de 100.000 euros y un contenido de 28.900€ y una prima anual de 272,22€: bonificación 0,05; (3) la contratación de un seguro de vida por importe del valor del préstamo con una prima anual de 166,40€ durante la vigencia del préstamo (calculada para un varón de 30 años): bonificación 0,05; (4) contratación de un seguro de Protección de pagos CajaSur Protegido (prima única 5 años: 1.665,48€): bonificación 0,05; y (5) aportación mínima a planes de pensiones CajaSur de 3.500€ anuales: bonificación de 0,10. En caso de no cumplir estos requisitos, el diferencial será de euribor + 1,75% (TAE Variable: 2,385%).

Todos los seguros tienen que ser contratados con Kutxabank Seguros, bajo la mediación de CajaSur Banco, S.A., Operador de Banca-Seguros*. Condiciones sujetas a modificación según la evolución del mercado y la concesión de la operación a la aprobación de CajaSur.



DIPUTACIÓN DE CÓRDOBA

«Debemos trabajar por potenciar la marca Córdoba»

SALVADOR FUENTES

VICEPRESIDENTE PRIMERO DE LA DIPUTACIÓN DE CÓRDOBA

Con mucho optimismo. Así afronta 2014 el vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba, Salvador Fuentes. Asegura que debe ser el año de la recuperación económica, en el que las familias y las empresas cordobesas empiecen a sentir la mejoría de la situación. Desde la institución provincial están contribuyendo a este fin, aumentando las inversiones y reduciendo la deuda del organismo.

¿Cómo calificaría la situación económica actual de la provincia de Córdoba?

Partimos de un año 2013 en el que la caída del PIB ha sido importante. Sin embargo, en esta ocasión ya se vislumbran algunos síntomas de recuperación que nos hacen pensar a muchos que podemos estar ya en la salida del túnel.

¿En qué medida se apoya, desde la Diputación, al tejido productivo provincial?

En primer lugar, hemos conseguido reducir una deuda que arrastraba la Diputación hace tres años y que ascendía a 200 millones de euros. Actualmente, es de tan solo 122 millones. Nuestro presupuesto consolidado

para este año es de 275 millones de euros. Con estos recursos vamos a contribuir al desarrollo y al progreso de la provincia. Gracias a la reducción de la deuda a la que aludía antes, hemos logrado liberar más dinero para inversiones que queremos que actúen como una palanca de cambio para el impulso económico de Córdoba.

¿Cuáles son los ejes principales de ese presupuesto?

Hemos reservado 49 millones de euros para inversiones. Queremos destinar gran parte de ese dinero a dos sectores fundamentales, como son el turismo y la agroindustria. Nuestra intención es seguir trabajando en la internacionalización de las empresas cordobesas, con una incidencia especial en las redes sociales, ya que todos debemos ser conscientes de que hay que vender los 365 días al año y las 24 horas al día. También tenemos que mejorar en todo lo relativo a los idiomas.

Las exportaciones cordobesas no han dejado de crecer pese a la crisis. ¿Cuál es el límite?

Estamos muy sorprendidos con el hecho de que, en Córdoba y en España, hemos hecho

«Captamos turistas que vienen en crucero a Málaga, gracias a nuestra situación»

en este aspecto en tres años lo mismo que los alemanes lograron en 15 años. Sin embargo, estamos trabajando para que se sumen más empresas a la internacionalización. Para ello, debe haber una mayor concentración de la oferta y luchar contra la atomización.

¿En qué puntos del sector turístico hay que incidir para que los buenos datos continúen?

Debemos huir del concepto aldeano y trabajar por potenciar una marca Córdoba. Nuestra capital y nuestra provincia siempre se han caracterizado por ser zonas de encuentro entre culturas, tal y como ha quedado reflejado en la reciente reunión de la oposición moderada siria. Córdoba tiene una imagen competitiva en el mundo gracias a ser un lugar de confluencia de distintas culturas. Hemos incidido en este aspecto en la pasada edición de la Feria Internacional del Turismo (Fitur). Otro punto que hemos fomentado es el hecho de que Córdoba sea este año Capital Iberoamericana de la Gastronomía. También daremos mucha importancia a las potencialidades del mundo del caballo y el flamenco. En materia de turismo extranjero, estamos consiguiendo captar visitantes que vienen en crucero a Málaga, gracias a nuestra situación geográfica estratégica.

¿Qué espera de 2014?

Espero que todas las políticas de sufrimiento que hemos tenido que llevar a cabo estos años tengan por fin su recompensa en las familias, los trabajadores y las pequeñas y medianas empresas de nuestra provincia. Para ello debemos dejar de ser pesimistas y empezar a creernos que la recuperación económica es ya una realidad.



Córdobashopping

La mayor **plataforma comercial online** de la provincia de **Córdoba**



www.diputacioncordobashopping.es

Encuétranos también en:

 www.facebook.com/cordobashopping

 www.twitter.com/cordobashopping

 www.pinterest.com/cordobashopping

Cofinanciado por:





Los pequeños comercios suponen la mayor parte de las casi 15.000 empresas que engloba este sector en Córdoba.

ARCHIVO

Preparados para poder crecer

Ganar dimensión es el gran objetivo para el futuro del empresariado cordobés, caracterizado por el importante peso de las pymes

Si por algo se caracteriza el tejido productivo provincial es por la preeminencia de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Los últimos datos oficiales publicados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) señalan que las firmas con menos de 250 trabajadores en su plantilla en Córdoba acaparan el 95,6% del total que tienen su sede social aquí. Son muy pocas las grandes empresas que han logrado crecer en la provincia. Casos como los de Covap o Cunext Copper son la excepción actualmente en la economía provincial.

Es precisamente el pequeño tamaño de las compañías que operan en Córdoba uno de sus principales inconvenientes, sobre todo a la hora de afrontar los complicados momentos de dificultades econó-



ANTONIO DÍAZ

SECRETARIO GRAL. DE CECO
(CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS DE CÓRDOBA)

«Tenemos empresas que son referentes en calidad»

¿Cómo calificaría la situación actual económica y empresarial de la provincia de Córdoba? Difícil. Solo hay que preguntar a las empresas.

La actividad empresarial y la creación de empleo son un binomio absolutamente necesario para superar esta situación. Hay empresas que han conseguido adaptar a tiempo sus estructuras y estrategias, tienen presencia en el mercado exterior y han hecho sus deberes en innovación. Otras, en cambio, están en pleno proceso de reconversión, buscando nuevos modelos de negocio más allá de los tradicionales. Estamos viviendo una época de cambios que van a condicionar nuestros sectores productivos.

¿Hay mejores perspectivas para este año?

Confiamos en ello. Empresarios y trabajadores están desarrollando un gran esfuerzo. Tenemos empresas que son un referente en calidad y jóvenes emprendedores que están apostando en esta tierra iniciando su actividad. Ese es el futuro, la innovación y el valor diferencial de nuestros productos.

¿Cómo ayuda CECO a las empresas en estos tiempos de crisis?

Respondiendo a las demandas con agilidad y eficacia. Nosotros somos una iniciativa privada y tenemos estructura y modelos de iniciativa privada. Asesoramiento, formación, orientación, representatividad y negociación empresarial son nuestras credenciales.

micas. El citado informe del IECA revela que a finales de 2012 –último dato disponible– había en Córdoba un total de 46.620 empresas, casi 400 menos que un año antes. Desde 2008, el tejido productivo ha ido perdiendo progresivamente efectivos, ya que antes de ese ejercicio la cifra de firmas superaba las 50.000.

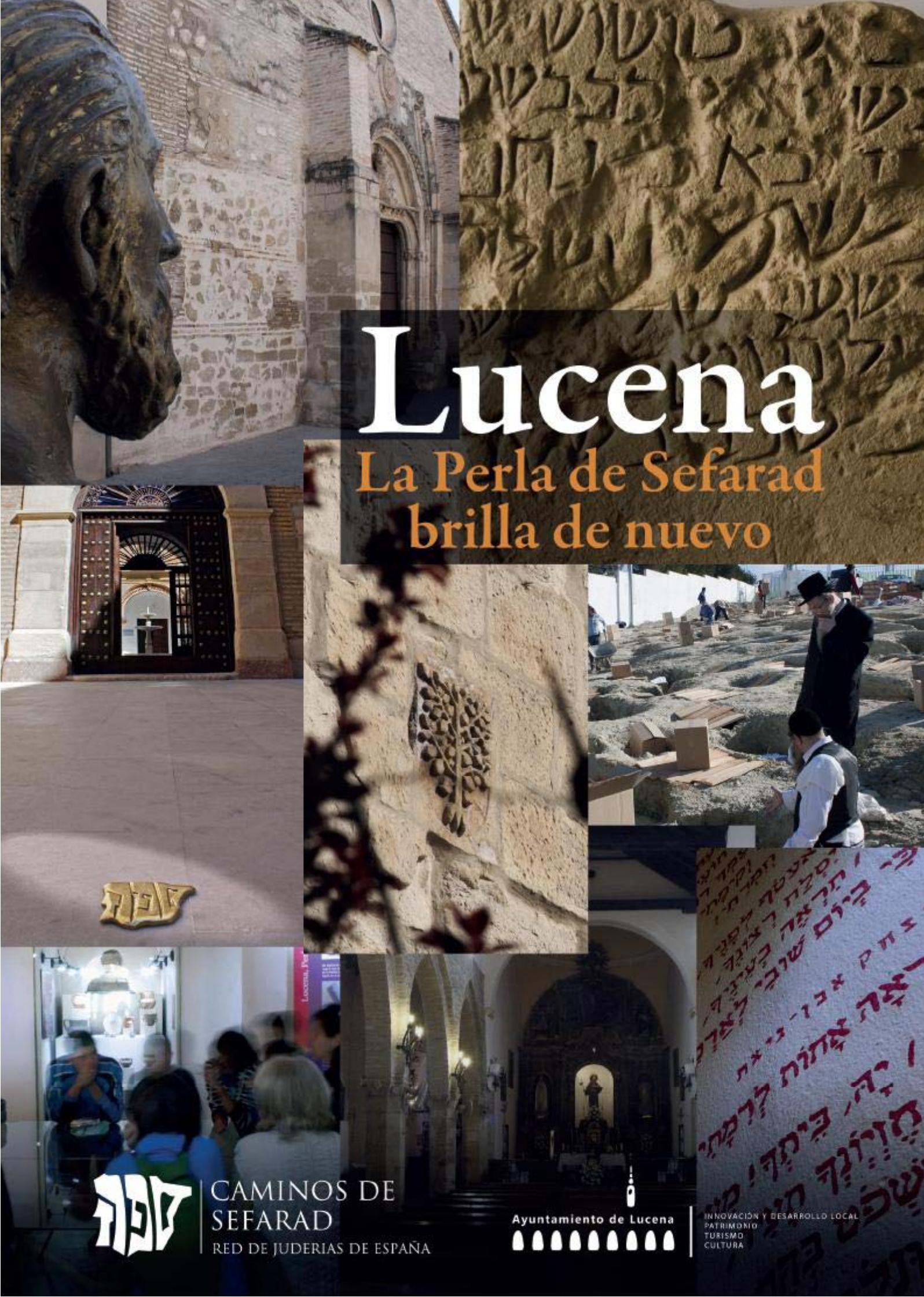
Estas sociedades, al cierre de 2012, daban empleo a cerca de 180.000 personas en Córdoba, lo que suponía que en un año se habían destruido más de 2.000 puestos

5.394
EMPRESAS

pertenecían al sector industrial en Córdoba durante los últimos meses de 2012

de trabajo. Hay que recordar que ese ejercicio fue uno de los peores de la crisis económica en cuanto a la pérdida de empleos se refiere. El comercio es el sector que acapara un mayor número de empresas, con un total de 14.536. Incluso en este campo se ha producido un aumento del número de firmas debido a que son muchos los emprendedores que optan por esta actividad para iniciar su negocio. El sector peor parado estos años ha sido el de la construcción, con menos de 5.000 compañías abiertas, cuando en los años de bonanza se llegaron a superar ampliamente las 7.000.

Los empresarios están esperanzados en un aumento de los niveles de consumo y en una reactivación de crédito en 2014 para poder empezar a recuperar el terreno perdido durante estos años.



Lucena

La Perla de Sefarad
brilla de nuevo

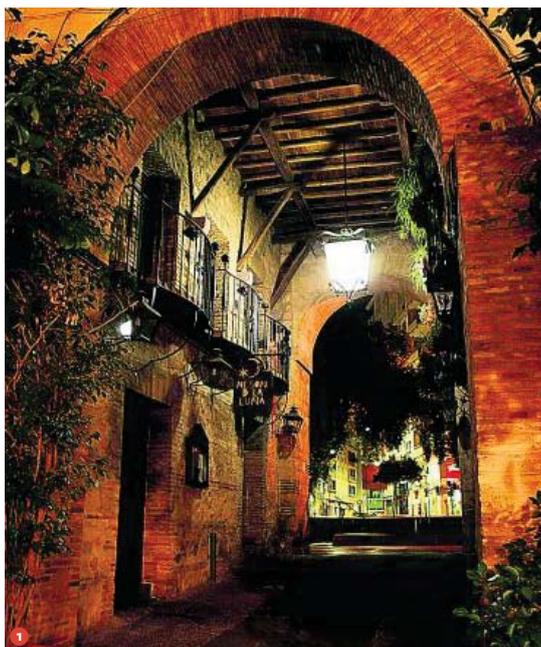
ספרד



CAMINOS DE SEFARAD
RED DE JUDERIAS DE ESPAÑA

Ayuntamiento de Lucena

INNOVACIÓN Y DESARROLLO LOCAL
PATRIMONIO
TURISMO
CULTURA



- (1) El callejón de la Luna es uno de los rincones secretos más bellos del Casco Histórico de Córdoba. (2) La escultura de Averroes está junto a la Muralla. (3) Imagen nocturna del exterior de la Mezquita-Catedral. (4) Restos de Medina Azahara. (5) La legendaria calle Cabezas. (6) Patio de los Naranjos, en la Mezquita.



Cuna de las tres culturas

Córdoba siguió aprovechando en 2013 su pasado histórico ligado a las civilizaciones judía, musulmana y cristiana para incrementar la llegada de turistas a los hoteles de la ciudad

Córdoba se ha consolidado como destino turístico. Este sector ha sido casi el único que durante el año pasado aportó noticias positivas para la economía cordobesa. La mayor llegada de visitantes nacionales compensó la pérdida de extranjeros, lo que muestra el potencial de crecimiento de la ciudad. Según la *Encuesta de ocupación hotelera (EOH)* que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), la capital recibió entre enero y noviembre de 2013 un total de 762.218 visitantes, frente a los 759.956 registrados en el mismo periodo de 2012, lo que representa un aumento de casi el 0,3%.

Además, se da la circunstancia de que esta cifra –a falta de conocer el dato de diciembre– es la más elevada que se ha contabilizado en Córdoba desde que en 1999 empezaron a publicarse las estadísticas sobre la llegada de viajeros. Además, 2013 fue el cuarto ejercicio consecutivo en el que

se produjo un incremento en el número de turistas, lo que muestra que este sector es de los que mejor ha resistido los envites de la larga crisis económica.

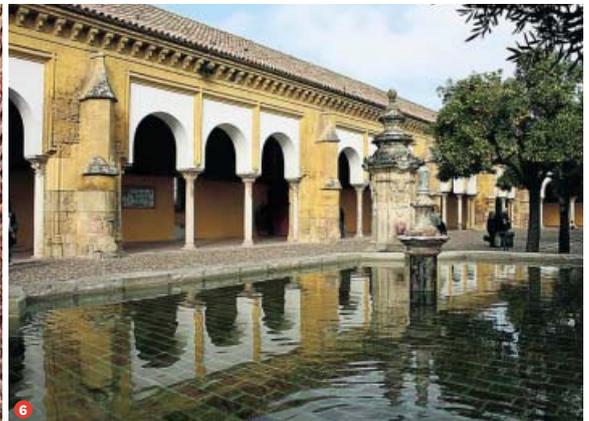
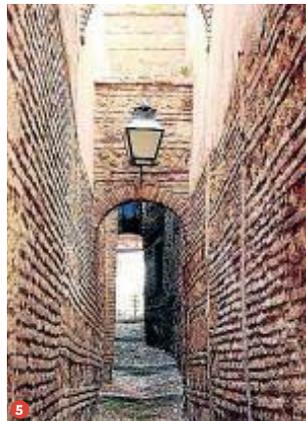
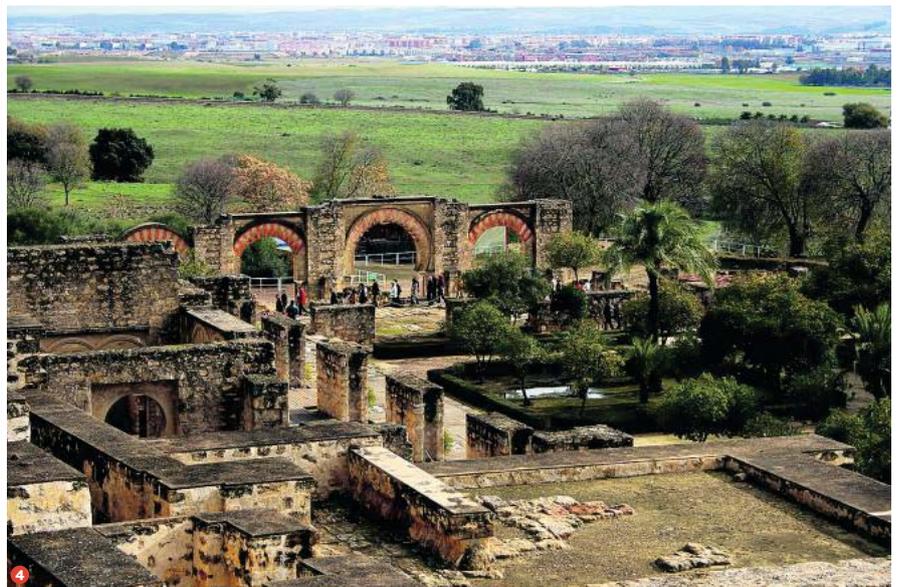
El mercado nacional fue el principal responsable de la llegada de turistas a los hoteles cordobeses. Este grupo de clientes experimentó el ejercicio pasado un crecimiento

La estancia media solo llega a los 1,57 días, pese a los esfuerzos por ampliarla

de más del 1%, situándose en total en 418.411. Los visitantes venidos de otras regiones de España siguen siendo mayoritarios en el sector turístico local. Sin embargo, el número de viajeros extranjeros se redujo casi un 1%, con un total de 343.807.

No obstante, la estancia media siguió sin levantar cabeza al mantenerse en 1,57 días, una cifra muy similar a la registrada en años anteriores. Hay que resaltar, en este sentido, los enormes esfuerzos desempeñados en los últimos años por las administraciones para elevar la permanencia de los visitantes en Córdoba con iniciativas como los recorridos nocturnos por la Mezquita-Catedral y el Alcázar de los Reyes Cristianos o el espectáculo de Córdoba Ecuestre en Caballerizas Reales.

Por parte de la Asociación Provincial de Empresarios Hosteleros (Hostecor) se ha venido ofreciendo una versión más negativa sobre la situación de su sector. Los empresarios han repetido en los últimos meses la idea de que se han visto obligados a reducir sus tarifas para no perder cuota de mercado frente a otros destinos competidores. Este hecho ha mermado la rentabilidad de la mayoría de estos establecimientos.



tos. A esto se une la «competencia desleal» que se da en la ciudad por parte de algunos pisos fuera de la legalidad que se ofrecen a los turistas, según se ha denunciado desde Hostecor.

Córdoba como un todo, con la capital y la provincia de la mano, acudió a la pasada edición de la Feria Internacional del Turismo (Fitur) de Madrid para promocionarse como un destino con dos grandes bazas: su riqueza gastronómica –vinculada a su reconocimiento como Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica– y su papel como punto de encuentro de culturas y civilizaciones. El vicepresidente primero de la Diputación, Salvador Fuentes, destacó la promoción de toda la provincia desde un planteamiento global y temático. «Córdoba es desde Adamuz hasta Zuheros, y la capital es el núcleo más importante, esta es una idea que tenemos que tener clara. Intentamos proyectar inteligentemente la marca Córdoba para impulsar el turismo sin caer en el espíritu aldeano», subrayó.

Por su parte, el teniente de alcalde de Turismo, Empleo y Agricultura del Ayuntamiento de Córdoba, Rafael Navas, explicó que la promoción se centró en la Capitalidad Iberoamericana de la Cultura Gastronómica –con una presentación a las oficinas de turismo de España en el mundo y otra en Turespaña–, el 700 aniversario de



MARÍA DOLORES JIMÉNEZ

VICEPRESIDENTA DE HOSTECOR

«La interculturalidad nos convierte en un referente»

¿Qué balance se hace desde Hostecor del año 2013? Se va avanzando poco a poco con nuevos programas y productos, como las visitas nocturnas a la Catedral, la celebración del Vía Crucis Magno o la declaración de los patios como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Esto ha contribuido a que, a pesar de la crisis, se hayan obtenido buenos resultados, pero hay que continuar trabajando para conseguir una ocupación media que permita estabilidad a las empresas de la industria turística.

¿Cuáles son las previsiones para este año?

Este año Córdoba es Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica, algo que va a enriquecer nuestra oferta. Si la coyuntura económica mejora, Córdoba tiene motivos para pensar que 2014 será mejor que 2013.

¿Cuáles son las potencialidades y los problemas del turismo cordobés?

La marca Córdoba es nuestro gran potencial. La interculturalidad nos da la oportunidad de ser un referente en el mundo y atraer turismo musulmán y judío. En cuanto a problemas, el fundamental es que nos falta unidad. Necesitamos una sola voz.

la Sinagoga, el año dual Japón-España o los eventos ecuestres. Además, «como novedad se presentó el templo romano y el impulso a los patios y el flamenco con Flamenco Experience y la Posada del Potro», recalcó el edil. Navas insistió en la importancia de potenciar los actos de las redes, acogiendo la Asamblea de la Red de Ciudades Patrimonio y la de la Red de Ciudades AVE.

El concejal agregó: «Hemos potenciado todo lo que tenemos, el patrimonio, el turismo religioso, la diversidad de culturas con el ejemplo de la Cumbre de Siria o la reunión de embajadores de la ONU y actuaciones como Cosmopoética y el Festival de la Guitarra. Tenemos un patrimonio único y lo tenemos que potenciar más para que venga más gente, se quede más tiempo y gaste más».

Córdoba volvió a contar en Fitur con un espacio de 300 metros cuadrados en el pabellón 5 de la Institución Ferial de Madrid, Ifema (Parque Ferial Juan Carlos I). «No hay bar, sino que se destinó este espacio a zona de trabajo para los empresarios y hubo sala de reuniones y despacho. Además, contamos con una sala más grande para presentaciones y una zona expositiva habilitada para los parques naturales que están en la Carta Europea de Turismo Sostenible», según destacó la responsable de Turismo de la Diputación, Rocío Soriano.

Atractivos para todos los gustos

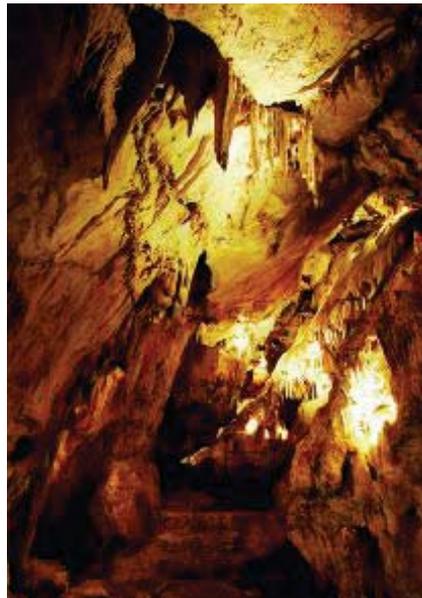


La oferta turística que ofrece en estos momentos la provincia de Córdoba abarca desde el turismo de reuniones hasta festivales gastronómico-musicales

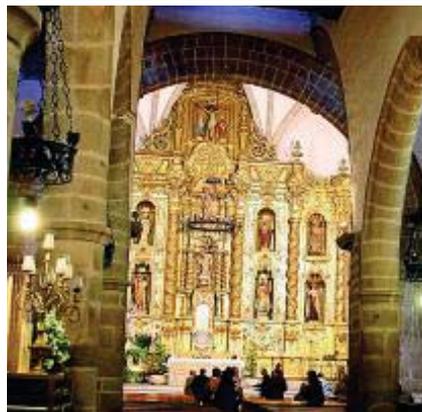
Para todos los gustos. La oferta turística que ofrecen las distintas comarcas de la provincia de Córdoba es única. Así es el caso de Los Pedroches, que está trabajando en la captación de un turismo de reuniones, como en el caso de Pozoblanco, o la explotación de tradiciones de teatro popular en el caso de La vaquera de la Finojosa, de Hinojosa del Duque. «Pozoblanco ha alcanzado un gran desarrollo turístico, gracias a estas infraestructuras y a nuevos productos y servicios», según señala el alcalde de este municipio pedrocheño, Pablo Carrillo. Entre esos nuevos productos y servicios a los que hace mención el edil se pueden citar el Open Ciudad de Pozoblanco, la Feria Agroganadera del Valle de los Pedroches (que se celebrará del 24 al 27 de abril), el Festival Periscopía, la tradicional y admirada Semana Santa o la Romería de la Virgen de Luna.

Por su parte, la comarca del Alto Guadalquivir cuenta con tres productos turísticos estrella, como son La arquitectura del sol, en Bujalance; Cañeteando, en Cañete de las Torres; y la VII Feria del Olivo de Montoro.

El primero de estos eventos es impulsado por asociaciones culturales, administraciones públicas y empresas del sector oleícola y hostelero de la localidad y surge con la finalidad de poner en valor los edificios religiosos de Bujalance.



Baena –arriba– una villa histórica. En el centro, la Cueva de los Murciélagos, en Zuheros, al sur de la provincia. Abajo, la iglesia de Dos Torres. ARCHIVO



CÓRDOBA SE APOYA EN EL CINE PARA SU PROMOCIÓN

Córdoba, provincia de cine es la marca creada por la Diputación para englobar todo el trabajo que se va a desarrollar durante 2014 en torno al séptimo arte. Destacan el Festival Internacional de Música de Cine de la Provincia de Córdoba, el Certamen Audiovisual de Cabra, Cortogenial de Puente Genil y el Festival de Cine Rural de Dos Torres. Respecto a la próxima edición del primero citado, el delegado de Cultura de la Diputación, Antonio Pineda, subrayó que habrá «sedes estables» en toda la provincia y que «se superarán los 14 conciertos de la edición anterior y las bandas sonoras de las series de televisión tendrán un mayor protagonismo». Córdoba, según anuncio de la organización, acogerá el estreno mundial de la banda sonora para el público de *El tiempo entre costuras*.

Cañete de las Torres ofrece al visitante Cañeteando, un espectáculo que durante toda la noche llena sus calles y plazas con música de todos los géneros, desde música clásica y de autor hasta canciones de los años 80.

La Feria del Olivo de Montoro se ha convertido en un evento de carácter internacional que ofrece a los profesionales del sector una ocasión ideal para conocer in situ las novedades del mercado, actualizar sus conocimientos, completar su formación tecnológica y recabar opiniones e ideas.

Naturaleza, deporte, cultura, gastronomía y tecnología se combinan en la oferta turística de la comarca de la Subbética. Cabra acogerá del 12 al 14 de diciembre el III Congreso Internacional de Turismo Activo, un encuentro en el que los profesionales del sector participarán en un *workshop* con agencias de viajes compradoras que comercializarán con empresas de turismo activo de toda Córdoba.

Lucena será el escenario también para la celebración de la Media Maratón Ciudad Histórica de Lucena, que se desarrollará el 6 de

50
AÑOS

cumple, este 2014, el Corpus de Valenzuela, fiesta declarada de Interés Turístico Provincial

abril, y para TheTapijazz´14, un festival gastronómico y musical que pretende ensalzar la cocina local y la historia aracelitana con música de jazz en directo. Se desarrollarán actividades dirigidas a profesionales, comunicadores y amantes de la cultura y el turismo con la música en los entornos monumentales y la gastronomía del municipio lucentino.

Por último, el Corpus de Valenzuela, Fiesta de Interés Turístico Provincial, es una de las muestras más destacadas de la provincia por su singularidad, colorido y participación colectiva de todo el pueblo. Cumple en 2014 medio siglo desde que se instauraron las alfombras de viruta de serrín, una de las grandes peculiaridades que da colorido a la fiesta.



#BasketLover

actitudazul.com

Basket Lover

La Liga Endesa no sólo son canastas y partidos. Son las personas que comparten el esfuerzo, que se emocionan con una nueva jugada y que encuentran en el baloncesto la energía para continuar.

Y es que la Liga Endesa está llena de Basket Lovers.

Actitud Azul es hacer que las cosas sean posibles.



24 Selecciones, 80 partidos,
todas las estrellas del basket mundial



Endesa es patrocinador principal de la Liga Endesa,
patrocinador de la Selección Española de Baloncesto
y empresa colaboradora de la Copa del Mundo 2014.



luz · gas · personas



Embalse de Cardeña, en el Parque Natural Cardeña-Montoro, en el extremo nororiental de la provincia de Córdoba.

ARCHIVO

Serenidad y belleza en estado puro

El turismo de naturaleza en la provincia de Córdoba se alimenta de bosques, dehesas, cursos de agua y embalses, con una fauna y una flora muy diversas

Junto al turismo cultural, la naturaleza es el otro bastión sobre el que se sustenta la oferta de la provincia. Dentro del territorio se encuentran bellos parajes naturales, como es el caso de los parques naturales de Cardeña-Montoro y de Hornachuelos. El primero de ellos linda con su vecino Parque Natural Sierra de Andújar y con la provincia de Ciudad Real. La serenidad del entorno se refleja incluso en el paisaje, de formas redondeadas y suaves lomas, resultantes de la lenta erosión del granito. Solo se exceptúan los cursos de los ríos Yeguas y Arenoso, por los que campa la nutria y donde el paisaje se hace abrupto.

La vegetación que lo cubre está compuesta, casi a partes iguales, por dehesas, pinar de repoblación y monte mediterráneo, lo que hace que sea un lugar ideal pa-

ra la caza mayor y menor. En las dehesas, el hombre ha conseguido armonizar los escasos aprovechamientos agrícolas con los pastos y la ganadería, además de la miel y otras actividades tradicionales extractivas. Por tanto, es obligado deleitar el paladar con los productos del cerdo ibérico alimentado de bellota en la dehesa y con los guisos de la caza. También es famosa la leche de las vacas alimentadas en esta comarca de Los Pedroches.

El Parque Natural Sierra de Hornachuelos alberga una de las zonas de bosque mediterráneo y de ribera mejor conservadas de Sierra Morena. Junto a la Sierra Norte (Sevilla) y la Sierra de Aracena y Picos de Aroche (Huelva), conforma la Reserva de la Biosfera Dehesas de Sierra Morena. Este reconocimiento se debe, en parte, a la gran diversidad biológica que alberga este espacio natural cordobés. La encina, como especie dominante, convive con alcornoques y quejigos en las zonas más húmedas, con acebuches en las vegas de los ríos e incluso con algarrobos y palmitos, si el sustrato es calizo, como ocurre en el suroeste. En las zonas más llanas, la dehesa conforma el paisaje, dejando paso al bosque denso y a las formaciones de matorral en las zonas de relieve más abrupto.

En Montilla se está celebrando hasta 2015 la Ruta Avilista, una iniciativa del Centro Diocesano San Juan de Ávila, por la que se dan a conocer los lugares esenciales de la vida de este santo. El éxito de esta ruta en su primer año ha sido abrumador, con un total de 51.380 personas que han hecho este recorrido.



HUELLAS CON 250 MILLONES DE AÑOS DE HISTORIA

Las Sierra Subbética, en el sur de la provincia de Córdoba, emergió de los fondos marinos durante el plegamiento alpino y narra en las huellas de su relieve la historia más bella de la Tierra en sus últimos 250 millones de años. El macizo, aparentemente, se levanta como una gigantesca e inexpugnable mole montañosa a la que ponen cerco los llanos de Priego y Alcaudete, la hoya de Antequera y la campiña cordobesa, pero el agua, por disolución de la roca caliza que la forma, ha ido modelando relieves a su antojo creando picachos, aristas y cañones, como los de Sierra Horconera (Rute) y Gallinera (Carcabuey). Quizá sea la riqueza geológica uno de los grandes atractivos de este territorio, reconocible mediante la práctica de senderismo y la espeleología en la Cueva de los Murciélagos y la Sima de Cabra.



Escápate!

www.rutadelvinomontillamoriles.com



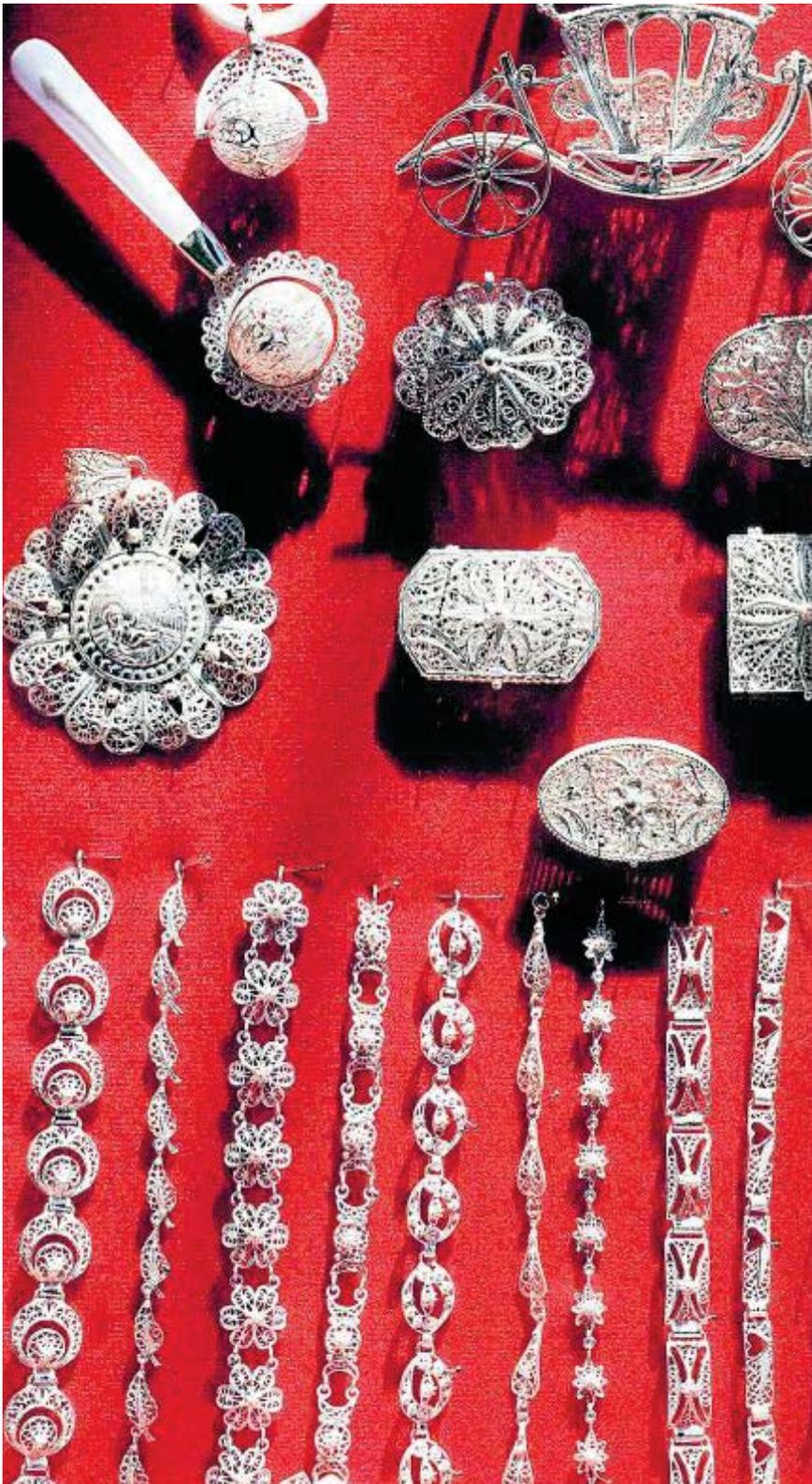
www.rutadelvinomontillamoriles.com

C/ Capitán Alonso de Vargas, 3
14550 Montilla - Córdoba - España
Tlfs: +34 957 652 354 Fax: +34 957 656 029
e-mail: info@rutadelvincmontillamoriles.com



Tradicición con brillo

El sector joyero es la principal industria en Córdoba, con la presencia de un millar de empresas que dan empleo a unas 15.000 personas. La internacionalización es su gran baza



Colección de collares y anillos, unas piezas en las que los fabricantes cordobeses son líderes.

ARCHIVO

Ya sea oro, plata u otro material valioso, los joyeros cordobeses llevan años y años consolidando un sector que se ha convertido en la industria principal de la ciudad. Con la modernización aún como asignatura pendiente, esta actividad ha tenido que enfrentarse a múltiples dificultades desde incluso antes de la crisis. La caída de los niveles de consumo que trajo consigo la recesión solo vino a recrudecer el escenario en el que se movían los orfebres. Sin embargo, pese a todos los obstáculos, el sector joyero cordobés se mantiene vivo y con buenas perspectivas, sobre todo de la mano de la exportación y la conquista de nuevos mercados.

Se trata de un colectivo empresarial compuesto por unos 1.000 fabricantes, principalmente de tamaño pequeño y mediano. Actualmente, se encuentra demasiado atomizado. Da trabajo a unas 15.000 personas, entre empleos directos e indirectos, según los datos que maneja la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros San Eloy. Continúa teniendo un marcado carácter artesanal, si bien, actualmente, se encuentra en una fase de profunda mecanización. La principal baza de los fabricantes cordobeses es su excelente relación calidad-precio. Se calcula que la fabricación de joyería cordobesa supone alrededor del

La atomización y la carestía del oro son algunos de sus grandes problemas

60% de la producción nacional, y se encuentra presente en todo el territorio nacional, así como en los principales países de todo el mundo.

Son varios los problemas que aquejan esta actividad. Por un lado, la excesiva atomización del sector, si bien, con la puesta en marcha del Parque Joyero se ha ido acabando con esta característica en la medida de lo posible. La Ley de Metales Preciosos es «excesivamente severa» con el fabricante de joyería, «que se ve sometido a un implacable control que ocasiona grandes agravios comparativos con respecto a otros sectores industriales e incluso a otras zonas productoras de joyería del resto del país», lamentan los empresarios.

Actualmente, las instalaciones de un número elevado de fabricantes no son las más idóneas, al no reunir las condiciones óptimas que se exigen en los procesos de fabricación e industrialización, asunto que



Una mujer luce un trabajado anillo de filigrana en plata.

ARCHIVO

UNA HISTORIA QUE CUENTA CON MÁS DE 500 AÑOS

Desde principios del siglo XVI, según distintos estudios históricos, empiezan a comprobarse síntomas de organización gremial entre los plateros cordobeses, coincidiendo con su insubordinación ante el cabildo de la ciudad para determinadas cuestiones en las que esperaban actuar con independencia. Consiguen así ser ellos mismos quienes examinen y aprueben a los nuevos miembros del gremio. Poco después nace la Cofradía de San Eloy, de un carácter eminentemente religioso y humanitario, que acabará convirtiéndose en la única entidad profesional del gremio.

también ha ido remitiendo con la inauguración en 2005 del Parque Joyero. Otro problema acuciante es el nivel elevado de impagos con el que cuenta, en parte motivado por «la persistencia de unos usos y unas costumbres mercantiles obsoletos e insuficientemente documentados en determinados casos, si bien este problema también está desapareciendo», asegura el citado colectivo.

El fuerte encarecimiento del precio del oro también ha traído más de un dolor de cabeza a este sector en los últimos años. El desplome del mercado inmobiliario ha provocado que los materiales preciosos se conviertan en valores refugio de inversión, lo que ha elevado considerablemente su cotización en los mercados internacionales. Por último, la competencia desleal también daña la imagen del sector.

La internacionalización se ha convertido en una vía de salida para numerosos talleres. Actualmente son unas 100 em-

presas las que mantienen de manera habitual la actividad exportadora, contrastando con las 15 o 20 que tan solo lo hacían hace apenas una década. Muchas compañías, sin embargo, por su reducido tamaño, no cuentan con la capacidad ni la infraestructura necesarias, algo por lo que desde la Asociación San Eloy se llevan a cabo distintas acciones dentro del Plan de Fomento a la Exportación (participaciones agrupadas en ferias, misiones comerciales, encuentros empresariales...). Francia, Portugal, Alemania y Estados Unidos son los clientes principales de la joyería cordobesa.

La Feria Internacional de la Joyería Cordobesa (Joyacor) ha sido desde hace casi 30 años un escaparate en el que orfebres y plateros han mostrado sus productos a compradores venidos de todo el mundo. Sin embargo, en la edición de 2013 se cambió su nombre por el de Encuentro Internacional de Joyería con el fin de darle un nuevo impulso en favor de la comercialización. Esta cita tuvo lugar a finales del pasado mes de octubre.

Una de las actividades que se llevaron a cabo fue una misión comercial inversa, cuyo objetivo era fomentar las relaciones comerciales. Contó con 23 participantes españoles y 20 extranjeros, algunos de ellos de Rusia, Brasil, Francia, China, Ucrania y Marruecos. Asimismo, se organizó un Concurso Internacional de Joyería, con dos modalidades: una profesional, con un primer premio dotado de 4.000 euros, y otra modalidad sobre nuevos valores, dirigida a estudiantes de titulaciones relacionadas con el sector o a titulados sin experiencia. Para estos certámenes se recibieron 151 diseños procedentes de España, Polonia, el Reino Unido, Cuba, Colombia, Brasil, Argentina, Alemania, China, Dinamarca, Holanda e Israel.

«La joyería va abriendo nuevos mercados»

MILAGROSA GÓMEZ

PRES. ASOC. PROV. DE JOYEROS, PLATEROS Y RELOJEROS SAN ELOY

La máxima representante del colectivo orfebre cordobés defiende la histórica relación que ha existido desde siglos atrás entre su sector productivo y la capital.

¿Cuál es la esencia que esconde la joyería cordobesa?

La esencia estriba en su tradición secular. Desde el comienzo de la Edad Moderna, existió la Congregación de San Eloy, constituida por el Gremio de Joyeros. Desde entonces ha habido una estrecha relación entre la ciudadanía y esta profesión, que ha hecho que Córdoba sea conocida como la Ciudad de los Plateros.

¿Es suficientemente conocida en el mundo la joya cordobesa?

Es más conocida a nivel nacional, pero poco a poco los joyeros cordobeses se van introduciendo en otros mercados como



Francia, Portugal o el Reino Unido. Para ello, asisten y participan en ferias internacionales como las que se celebran en Vicenza (Italia), Basilea (Suiza), Hong-Kong, Las Vegas (EE UU), y más recientemente, en los países árabes.

¿Cómo están soportando las empresas joyeras cordobesas la situación actual de crisis económica?

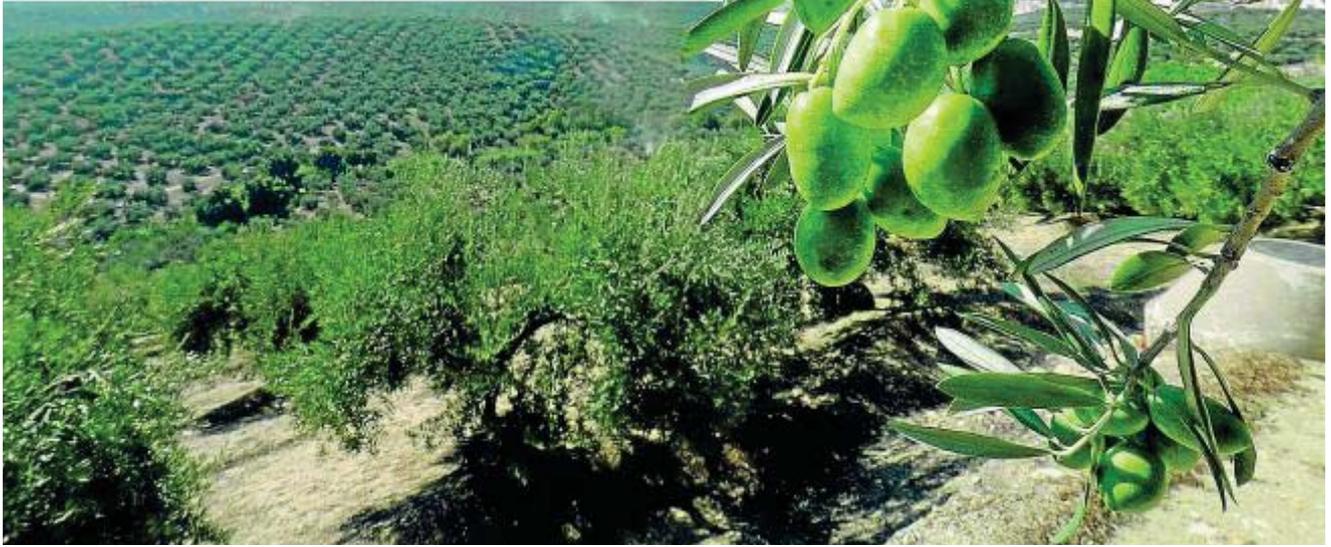
Haciendo un gran esfuerzo y utilizando en gran medida su ingenio para sacar adelante su proyecto empresarial, para lo cual enfocan y adaptan la infraestructura de cada empresa a las exigencias del mercado.

¿Cuáles son las tendencias principales del mercado?

Innovación, diseño e internacionalización son las tres claves para establecer el nuevo marco comercial para las empresas del sector con el objetivo de colocar sus artículos en todo el mundo.

Cielo abierto para el aceite

Una alta producción y buenas cifras de exportación animan un sector como el olivarero tan dependiente siempre de la climatología y de los precios



El sector olivarero sigue siendo uno de los motores económicos en la provincia de Córdoba.

ARCHIVO

Históricamente, el olivar ha sido uno de los motores económicos en la provincia de Córdoba. Actualmente, lo sigue siendo. Además, hay buenas perspectivas para la presente campaña 2013-2014, que se inició hace dos meses. El primer aforo elaborado por la Junta de Andalucía recoge un 15% más de aceite respecto a la media de las últimas cinco campañas en Córdoba.

En concreto, la producción de aceituna de almazara que recoge el aforo en la provincia alcanza una cifra de 1.398.947 toneladas, que generarían 273.774 toneladas de aceite de oliva. Por su parte, la previsión de aceituna de mesa es de 55.000 toneladas, con lo que el aforo total de aceituna

Córdoba superará las 270.000 toneladas de aceite de oliva esta campaña

en Córdoba ascendería a 1.453.947 toneladas. El delegado provincial de Agricultura, Francisco Zurera, destaca la importancia del olivar en la provincia, un sector del que dependen muchos municipios cordobeses, ya que en 30 localidades representa más del 60% de toda la superficie cultivada, y que genera entre cuatro y cinco millones de jornales cada campaña. Las zonas más dependientes del olivar son la Subbé-

tica, la cuenca del Guadajoz, Baena, Alto Guadalquivir y la Campiña.

La mejora de la previsión para este año se debe, según los técnicos de la Junta, a las condiciones meteorológicas favorables, debido a la ausencia de heladas intensas, lluvia abundante, buenas temperaturas durante la floración y buen estado hídrico. No obstante, las escasas precipitaciones caídas en otoño hacen pensar a las organizaciones agrarias que la producción final será algo menor a la estimada por la Junta.

Zurera hace hincapié en que en las últimas campañas vienen «advirtiendo la tendencia al alza de las exportaciones». En 2012 se exportaron 186.000 toneladas de aceite de oliva desde Córdoba, con un valor de 404 millones de euros. El delegado concluye: «Nuestros 42 millones de olivos representan un bosque mediterráneo sostenible, ya que conforman nuestro paisaje y son un activo fundamental contra el cambio climático y la desertificación».

Un aspecto que causa cierta preocupación entre los agricultores es el relativo al precio al que venden su aceite. Tras registrar unas cifras positivas en los primeros meses de 2013, este producto ha entrado en una tendencia a la baja en cuanto a su coste, de modo que actualmente está incluso por debajo de los 2 euros el kilo de aceite. Diversos estudios señalan que el umbral de rentabilidad se encuentra en los 2,5 euros el kilo.



FRANCISCO ZURERA

DELG. PROV. DE AGRICULTURA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

«Debemos lograr que se conozca más el aceite»

¿Se mantienen las previsiones de producción del primer aforo que se presentó en octubre?

El aforo fue realizado por un equipo de profesionales siguiendo criterios técnicos, y considero que la cifra que se presentó estaba suficientemente contrastada. Un aforo no deja de ser una estimación, aunque hecha con criterios solventes como demuestra el hecho de que las cifras finales de campaña suelen coincidir con nuestras previsiones.

¿Cuáles son los retos del sector olivarero cordobés? Creo que el principal objetivo es la generación de mayor valor añadido para nuestros productos. Debemos lograr que el mercado conozca mejor y remunere en su justa medida la excelencia del aceite y de la aceituna de mesa de Córdoba. Yo apostaría por continuar el camino emprendido de concentrar la oferta y ganar posiciones en la cadena agroalimentaria.

¿Confía en que el precio del aceite repunte? La dinámica del mercado del aceite de oliva es compleja y sería muy aventurado hacer previsiones. Lo que sí podemos hacer desde el sector productor es concentrar la oferta y tener más presencia en los mercados.

20minutos

siempre contigo



Con las apps de **20minutos** podrás acceder a toda la información actualizada desde tu smartphone o tableta **estés donde estés.**



El sabor que dan encinas centenarias

La DOP Los Pedroches amparó el año pasado más de 40.000 jamones y paletas, de las que en torno a un 75% son piezas ibéricas de pura bellota

Encinas centenarias, a cuyos pies se extiende un tupido manto de hierba, clima cálido, planicies o colinas poco elevadas y serena belleza. Esa es la dehesa de Los Pedroches, el escenario por el que pasan el 100% de los cerdos ibéricos amparados por esta denominación de origen protegida (DOP). Su Consejo Regulador tiene el firme empeño de poner al servicio del consumidor una certificación fiable que garantice, en primer lugar, el origen y, en segundo lugar, la naturaleza de cada pieza, en lo referente a la raza y la alimentación de los cerdos que dan lugar a los mismos.

El secretario general de la DOP, Juan Luis Ortiz, informó de que en la actualidad hay 16 industrias adscritas a este marco y 574 explotaciones ganaderas que están

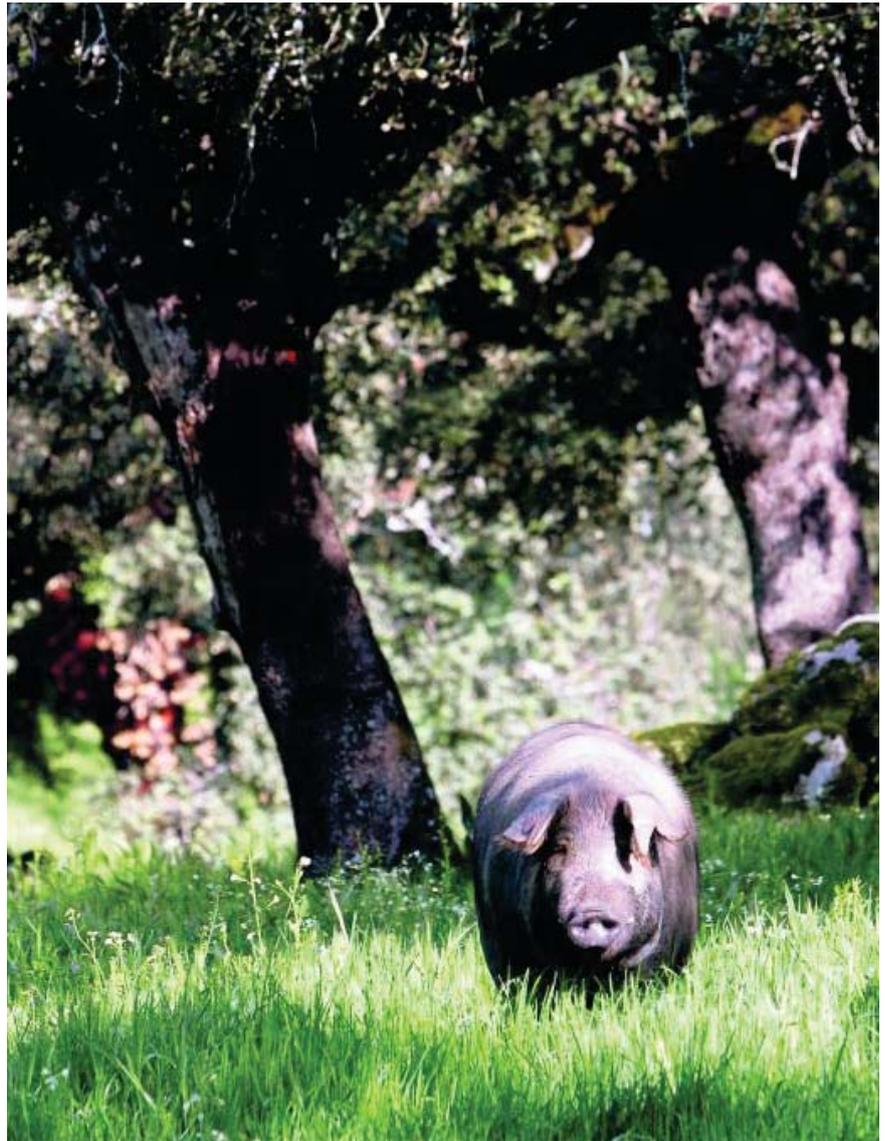
12

MILLONES DE EUROS

es el valor de mercado de los productos que ampara la DOP Los Pedroches

inscribiendo y sacrificando entre 15.000 y 20.000 cerdos anuales bajo el sello de calidad de esta DOP. Respecto a la última campaña, se ampararon un total de 20.938 jamones, de los que un 76% eran de puro bellota, y el resto, de recebo y de ibérico de campo. En cuanto a las paletas, se protegieron 20.857 piezas, con una proporción similar a los jamones en cuanto a las de bellota. El precio estimado de la producción anual amparada por este marco está en torno a los 12 millones de euros.

Todas las piezas amparadas por la DOP, tanto jamones como paletas, salen al mercado identificadas mediante un precinto inviolable en el que se especifica la categoría de la pieza y un número individual para cada una. Este precinto es colocado por el servicio de control y vigilancia del Consejo Regulador en el momento del sacrificio de los cerdos. Además, se pone una etiqueta colocada en la pieza en el momento de su expedición y una vez superados todos los controles de calidad recogidos en su reglamento, en la que se informa al consumidor de la categoría tanto



En otoño, el cerdo ibérico se alimenta de bellotas a lo largo y ancho de las dehesas de Los Pedroches. ARCHIVO



JUAN LUIS ORTIZ
SECRETARIO GENERAL DE LA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN
LOS PEDROCHES

«Nuestros cerdos viven en libertad en la dehesa»

¿Cómo es el proceso de producción? Es una simbiosis única en la que se unen una tradición ganadera desde incontables generaciones y una industria artesanal que aprovecha el clima singular de la zona. Es el marco ideal para la implantación y el reconocimiento de una denominación de origen que diferencie estas producciones ante el consumidor.

¿Cuáles son las características de su producto? Frente a los sistemas intensivos de producción del cerdo ibérico, cruzado con otras razas foráneas y alimentado con pienso exclusivamente, que hoy son mayoría en nuestro país, los cerdos ibéricos amparados por esta denominación viven en libertad en amplios espacios de dehesa, lo que está en la base de la calidad de sus carnes.

racial como de alimentación de la pieza. Igualmente, se numera, coincidiendo el número con el del precinto colocado en el momento del sacrificio.

El precinto y la vitola de color negro quieren decir que la pieza en cuestión es de bellota. Corresponde a los jamones y paletas obtenidos de cerdos ibéricos cuyo engorde final anterior al sacrificio se realiza en las dehesas del territorio a base de hierba y bellotas exclusivamente. Son, sin duda, las piezas de mayor calidad, las más preciadas por los consumidores y las más identificadas con la tradición.

Para el recebo se coloca el precinto y la vitola de color rojo. Son piezas obtenidas de cerdos ibéricos cuyo engorde final anterior al sacrificio se realiza en las dehesas de nuestro territorio a base de hierba y bellotas, además de una finalización a base de sustancias naturales de nuestras dehesas y piensos naturales elaborados con cereales y leguminosas. Por último, está el ibérico de campo, que se identifica con precinto y vitola de color amarillo. Se diferencia de los anteriores solo en que su producción es en régimen extensivo.



MONTILLA

ES AROMA

*a Cultura
a Historia
a Vino*

Basilica Pontificia

San Juan de Avila

Santa Clara

Gran Capitan

Bodegas

Lagaros

Museo Gamelo

Ruta Solanista

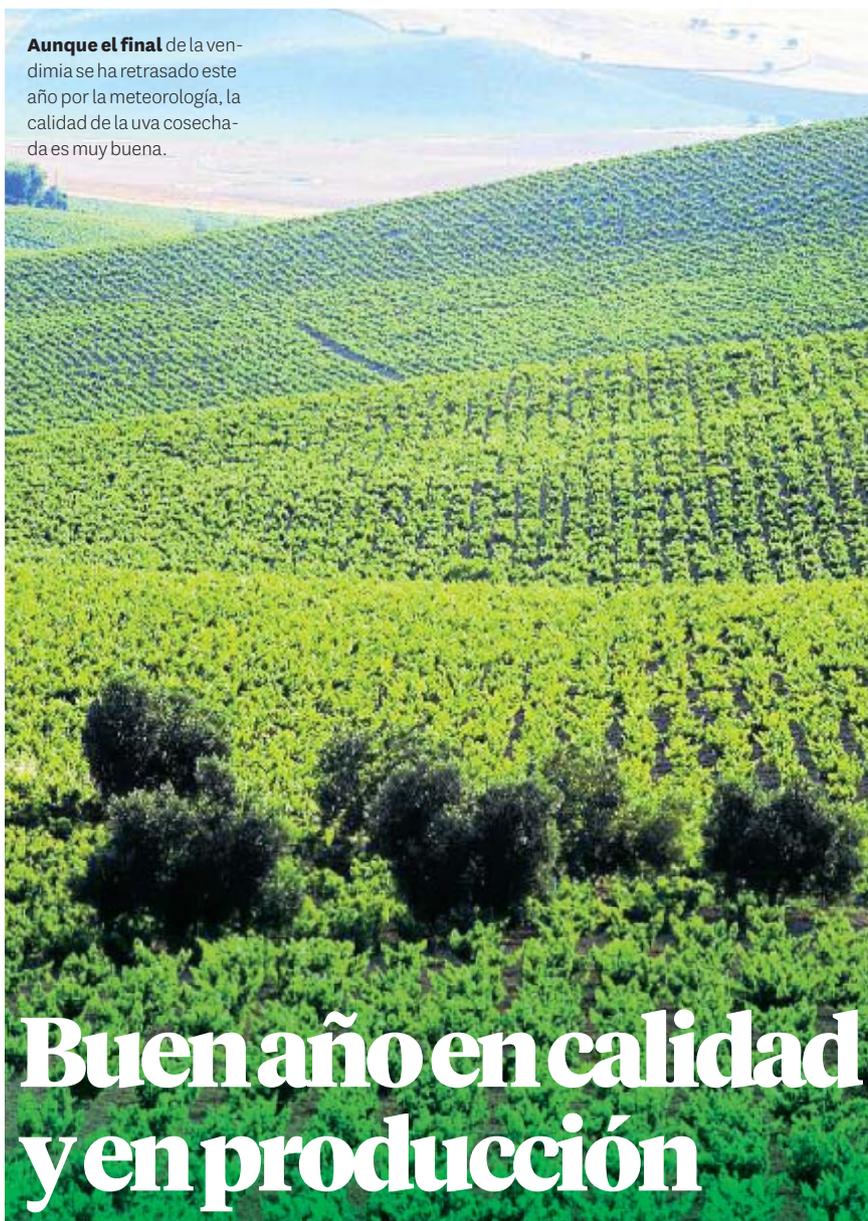
Casa del Inca Cervantes



Síguenos
montillaturismo

www.montillaturismo.com
www.montillaturismo.es

Aunque el final de la vendimia se ha retrasado este año por la meteorología, la calidad de la uva cosechada es muy buena.



Buen año en calidad y en producción

La Denominación de Origen Montilla-Moriles finalizó la vendimia pasada con una cosecha de 55 millones de kilos de uva, casi el doble de la cantidad de fruto que se recolectó en 2012

Vendimia récord. La cosecha en la zona geográfica de la Denominación de Origen Protegida Montilla-Moriles, primera zona europea en empezar la campaña en agosto, concluyó a finales de octubre del pasado año con la recolección de unos 55 millones de kilos de uva, casi el doble que en la añada de 2012. El gerente del consejo regulador de Montilla-Moriles, Enrique Garrido, indicó que, pese a que el objetivo era alcanzar los 60 millones de kilos de uva, «las expectativas de buena cosecha se han cumplido», con «una calidad bastante buena» en la uva y todo ello teniendo en cuenta las lluvias registradas en septiembre, que «han incidido en alguna parte de la cosecha de la DOP».

Al respecto, Garrido detalló que tuvieron más de 30 lagares abiertos en esta primera vendimia que se desarrolla en Europa en esta época y que «se retrasó casi tres semanas la fecha normal de la finalización de la vendimia» por las consecuencias del año climatológico en curso. No obstante, resaltó que «la calidad de la uva es muy buena».

Tras cosechar unos 55 millones de kilos de una superficie estimada de unas 6.000 hectáreas en la zona de la DOP Montilla-Moriles para este año, se prevén producir en torno a los 400.000 hectolitros de vino. Y en cuanto a la distribución por tipo de caldo, 1,5 millones de kilos de uva están destinados a la elaboración de vi-



J. MANUEL LUCENA

TTE. DE ALCALDE DE
DESARROLLO ECONÓMICO
DE MONTILLA

«La Ruta del Vino necesita un modelo más profesional»

¿Qué respuesta está teniendo la Ruta del Vino Montilla-Moriles? La respuesta no puede ser más satisfactoria, porque hoy la gente, cuando viaja, busca experiencias y no hay duda de que eso se consigue con creces cuando se visita la Ruta del Vino.

¿Cuáles son las previsiones para este año?

Desde que se creó la ruta, el número de turistas ha ido creciendo progresivamente y en estos momentos estamos en un proceso de cambio hacia un modelo más profesional de mano del Consejo Regulador tras asumir recientemente la gerencia de la ruta para dar un salto de calidad.

¿Qué promoción se desarrolla? Se trata de una ruta certificada y que pertenece a las Rutas del Vino de España, por lo tanto participamos en todos los canales de promoción de las mismas tanto a nivel nacional como internacional.

nos jóvenes afrutados; unos 3,5 millones, para vinos dulces Pedro Ximénez, y el resto, para la elaboración de vinos blancos, según apuntó el gerente.

En relación con las exportaciones, el representante de la DOP señaló que el producto que se exporta es sobre el 12% de la comercialización, unos 20 millones de litros, y los principales destinos son el Reino Unido, Holanda, Bélgica y Luxemburgo. También hay otros mercados en expansión, como Estados Unidos, Canadá o Brasil.

La cata del vino que se celebra en la capital cordobesa cada primavera es «uno de los hitos principales y muy importantes» dentro de la promoción de los vinos Montilla-Moriles, dado que «más del 70% de la comercialización de los vinos se hace en Córdoba y su provincia», subrayó Enrique Garrido. La celebrada el pasado mes de abril fue la trigésima edición. Tras cinco días para disfrutar de los mejores caldos, el evento se cerró con cerca de 80.000 visitas, según la organización.

Cabe destacar que en la calidad de la uva adquiere un papel «muy importante» el trabajo de los agricultores, que vendimian durante la noche y a primeras horas de la mañana, cuando la temperatura es más idónea, evitando así alteraciones en los mostos y consiguiendo que en la provincia cordobesa se elaboren algunos de los mejores caldos del país.

Asimismo, la excepcional climatología de la zona de Montilla-Moriles hace que cada año esta comarca sea la primera zona europea en comenzar la vendimia. Las altas temperaturas y la baja humedad han llevado a la uva al momento óptimo de su recolección, con un alto nivel de azúcares que luego en bodega serán transformados en grados de alcohol naturales.

www.uco.es

No miramos
quién eres,
vemos
lo que quieres ser

 facebook.com/universidadcordoba
 twitter.com/univcordoba



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



La gastronomía andaluza tiene influencias árabes, mediterráneas y americanas.

ARCHIVO

Paseos entre fogones

La gastronomía se ha convertido en un recurso turístico muy apreciado en Córdoba. La Ruta del Vino Montilla-Moriles exalta la tradición enológica del sur de la provincia de Córdoba

Varietad absoluta es lo que puede encontrarse el turista que venga a Córdoba a disfrutar de su magnífica gastronomía. De sus fogones salen riquísimos platos que hacen que la ciudad y la provincia sean cada vez más conocidas desde el punto de vista gastronómico en todo el mundo.

Algunos de sus cocineros se han esforzado por aplicar criterios innovadores a la cocina, recuperando recetas mozárabes o judías o incorporando criterios de selección de calidad a los platos tradicionales de nuestra tierra.

Plato tradicional y único –pues no se elabora en otros lugares– es el salmorejo, una salsa hecha con un gazpacho espeso, que se toma con cuchara o mojando pan y que se suele presentar (y consumir) acompañada de una guarnición (tacos de jamón, patatas fritas, ...). Típicos son también los flamenquines, el rabo de toro, las alcachofas a la montillana o las recetas árabes, como el cordero a la miel. Las carnes de caza, por ser esta provincia de gran riqueza cinegética, se preparan de forma muy sabrosa, especialmente las de venado, jabalí y, en caza menor, la perdiz. En cuanto a los postres, es tradicional el pastel cordobés, hecho con hojaldre y, en su versión más clásica, con caballo de ángel y jamón serrano.



UN AÑO PARA COMPARTIR AMISTADES Y SABORES

Este año es muy especial para Córdoba porque ha sido designada Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica, un reconocimiento que, según la Diputación y el Ayuntamiento, debe servir para estrechar lazos con países y ciudades hermanas y para mejorar la proyección turística a través de la gastronomía. Entre las actividades programadas para los próximos meses, destacan la distinción de los embajadores de la gastronomía cordobesa, la entrega de Premios Nacionales de la Gastronomía, la reunión anual de las 17 academias españolas de gastronomía o la exposición Sabores del descubrimiento.

Toda esta oferta se completa con los productos amparados por las distintas denominaciones de origen existentes en la provincia. Estos marcos protegen el aceite de oliva, el vino y el jamón ibérico. Otros alimentos no cuentan con denominación, pero sí son conocidos por su enorme calidad. Es el caso de los cítricos, que se cosechan en toda la Vega del Guadalquivir, así como el ajo que se cultiva en la comarca alemana al municipio de Montalbán.

La Ruta del Vino Montilla-Moriles, integrada por los municipios de Aguilar de la Frontera, Córdoba, Fernán Núñez, La Rambla, Lucena, Montemayor, Montilla, Moriles y Puente Genil, recorre el corazón geográfico de Andalucía, el centro y sur de la provincia de Córdoba. Adentrarse en este recorrido enológico y gastronómico supone caminar y conocer una tierra que conserva un importante legado cultural, histórico, arquitectónico, artístico y etnográfico, al mismo tiempo que nos acerca a la región donde nacen los vinos generosos de la Denominación de Origen Montilla-Moriles. En la ruta participan unas 50 empresas del sector, entre bodegas, lagares, tonelerías, restaurantes, casas rurales y comercios especializados.

Saborea "

" las cosas "

de Córdoba



Nuevos retos para tiempos duros

Córdoba mantiene el liderazgo andaluz en empresas fabricantes de madera y muebles, pero son muchas las compañías que pasan por serias dificultades para poder mantenerse en el mercado

Reinventarse. A eso está obligado el sector de la madera y el mueble en Córdoba para poder afrontar los difíciles momentos por los que aún tiene que atravesar. Desde la Unión de Empresarios de la Madera y el Mueble (Unemac) han sido reiterados los avisos de que en los últimos años muchas empresas de este sector han desaparecido arrastradas por la explosión de la burbuja inmobiliaria. Apostar por nuevos diseños e incrementar sus cuotas de mercado exterior son los aspectos que se están trabajando en este sector para salir a flote.

Pese a todo ello, el sistema productivo del mueble de Córdoba es el de mayor dimensión de este sector en Andalucía, tanto en número de empresas como en volumen de facturación estimada. Este tejido fabril se articula, principalmente, en dos núcleos industriales, el de Villa del Río y

Lucena y Villa del Río concentran el 60% de las empresas del sector en la provincia

el de Lucena, y sus respectivos entornos, que concentran el 60% del total de empresas del sistema. No obstante, el sector se encuentra muy diseminado, ya que el 75% de los municipios cordobeses poseen empresas dedicadas a esta actividad. En total, en la provincia de Córdoba existen unas 675 compañías fabricantes, a las que hay que añadir unas 300 más que componen la industria auxiliar. El volumen de facturación estimado alcanza los 435 millones de euros y genera un empleo en torno a los 4.500 trabajadores, según los datos que maneja la Junta de Andalucía.

Se trata de un sistema productivo relativamente reciente, cuyo origen está ligado a la expansión de la construcción turística de la Costa del Sol, operada durante la década de los años sesenta. Desde entonces, el sector se caracterizaba por un gran dinamismo empresarial en la zona. Sin embargo, durante los últimos años, las cifras del tejido productivo se han reducido sensiblemente. Un descenso motivado en parte por la entrada de nuevos competidores en el modelo de negocio que está imperando en el sector a escala internacional y por la



La silla más grande del mundo, según el Libro Guinness de los Récords, se encuentra desde 2005 en un polígono industrial de Lucena. PAX



JAVIER ESPINOSA
PTE. UNIÓN DE EMPRESARIOS
DE LA MADERA Y EL MUEBLE
DE CÓRDOBA (UNEMAC)

«Esperamos que 2014 sea el año de nuestro despegue»

¿Confía en que 2014 sea el año de la recuperación de su sector tras varios años bastante negativos? Hasta el momento no se ven demasiados cambios, pero sí oigo a algunos empresarios decir que puede estar moviéndose algo. Esperamos que este sea el año del despegue, puesto que ya hemos tocado fondo.

¿Por qué reclaman un Plan Renove del Mueble a la Junta? Creemos que daría un gran impulso a nuestro sector. Sin embargo, hasta ahora no nos han escuchado y eso que nuestro sector da más empleo que el del automóvil, que sí cuenta con estas medidas.

¿Cuáles son los retos de su sector? Salir fuera de España a vender y conquistar nuevos mercados. La exportación es fundamental para poder mantenernos.

enorme crisis en la que entró en 2007 la actividad de la construcción.

La producción mayoritaria se destina al mueble de hogar (más de la mitad), aunque existen también los segmentos del mueble de cocina y los tapizados, y, con una escasa relevancia, el mueble de oficina. En este sentido, los núcleos industriales se han especializado en cuanto a la producción. Por un lado, Lucena trabaja el mueble de hogar provenzal, en madera de pino, mientras que la zona de Villa del Río se ha especializado en sillas y muebles tapizados.

Asimismo, en la zona de Córdoba capital y del municipio de Villafranca se encuentra una concentración de empresas de muebles de cocina. Como particularidad se puede mencionar el núcleo de compañías de la localidad de Castro del Río, que fabrican muebles en madera de olivo y que cuentan con una asociación empresarial propia.

En torno a las firmas fabricantes se suelen localizar las diferentes empresas que configuran el tejido auxiliar, bastante numeroso, y que abarcan múltiples actividades y procesos.



ESTAMOS DONDE TÚ ESTÁS



**EL PERIODISMO
QUE TE GUSTA**



<https://www.facebook.com/20minutos.es>



Un artesano modela una pieza de barro en el torno.

ARCHIVO

Manos que modelan su futuro

La Rambla es hoy uno de los epicentros de la alfarería y la cerámica en España, con la presencia de cerca de un centenar de empresas

Con la única ayuda de sus manos y del barro, los hombres y las mujeres de La Rambla han configurado desde tiempos lejanos un importante sector alfarero. Los datos así lo atestiguan. Unas 95 empresas fabricantes mantienen la actividad, un número que, no obstante, ha decrecido sensiblemente en los últimos años debido a la crisis, sobre todo por el mal momento de la construcción. La Junta de Andalucía estima que su facturación anual es de unos 15 millones de euros.

En cuanto a la estructura empresarial, la mayoría de los fabricantes de cerámica son pequeños talleres de carácter familiar, con un tamaño medio de entre cuatro y cinco personas. La mecanización del proceso productivo ha hecho que, en muchos casos, el único elemento realmente artístico sea la decoración manual. Apenas



MIGUEL ÁNGEL TORRES

PRESIDENTE ASOCIACIÓN DE ALFAREROS DE LA RAMBLA

«Tenemos muchas ganas de trabajar para sobrevivir»

¿Cómo son los momentos por los que pasa actualmente su sector? La situación es la misma que se viene dando desde hace algunos años. La producción ha bajado considerablemente y el estado de ánimo de muchos empresarios es malo. Sin embargo, tenemos unas ganas enormes de trabajar para conseguir sobrevivir.

¿Qué esperanzas tienen puestas en el presente año? Hay mucha incertidumbre. Algunos talleres tienen mejores perspectivas que otros. Lo que sí parece generalizado es el pensamiento de que ahora lo peor sí ha pasado, ya que el cierre de empresas parece que se ha parado un poco.

¿Han apostado más por la exportación ante esta tésitura? Nuestros productos se venden mayoritariamente fuera de España. Francia y Estados Unidos son nuestros mercados principales en este momento.

¿Qué importancia tiene la feria que celebran en agosto? Coincide con nuestras fiestas patronales y tiene un importante aspecto cultural.

un 10% de los artículos de cerámica que se fabrican en La Rambla se siguen moldeando en el tradicional torno alfarero. El 80% de las piezas, sin embargo, son decoradas a mano. A pesar de todo este proceso de modernización, hoy todavía el 70% de la producción se vende a pie de fábrica.

En cuanto a las exportaciones, los destinos habituales son Francia, Inglaterra y Alemania. A otros países, como Japón, Australia, Israel, Puerto Rico o Estados Unidos, se llega puntualmente. Para defender los derechos del sector, en 1984 se fundó la Asociación de Artesanos Alfareros de La Rambla.

Todo ello provoca que La Rambla sea hoy, junto a Puente del Arzobispo (Toledo), La Bisbal (Gerona), Manises (Valencia), Bailén (Jaén) y Salvatierra de los Barros (Badajoz), uno de los principales centros de cerámica artesana existente en España. Desde 1926 se celebra, cada mes de agosto, la Exposición de Alfarería y Cerámica en La Rambla, que tiene el honor de ser la feria monográfica más antigua en todo el país.

La cerámica rambleña es actualmente de lo más variada y rica que uno pueda imaginar, ya que no solo se trabaja la alfarería tradicional –que se lleva haciendo décadas en la comarca–, sino también artículos de lo más variados, como accesorios de jardinería, menaje de cocina, accesorios de cuarto de baño, complementos para la construcción, azulejos decorados, elementos para iluminación, productos con reminiscencias árabes, califales o andalusíes o calados marroquíes. También se han incorporado nuevos estilos vanguardistas y de diseño.



Claustro de profesores de la UCO, en el desfile inaugural del pasado curso académico.

ARCHIVO

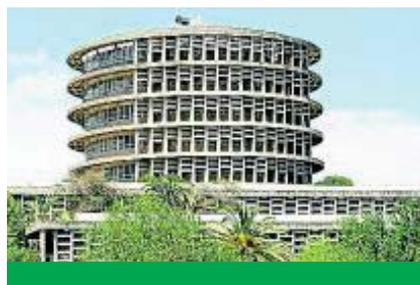
Líderes en investigación

El Instituto Maimónides, que contará dentro de pocos meses con una nueva sede junto al Hospital Reina Sofía, es un referente nacional en todo lo relativo a innovación sanitaria

Innovación e investigación. Son muchos los expertos que avisan de que la recuperación de la crisis debe venir en gran parte por la apuesta por estos dos aspectos. El Instituto Maimónides de Investigación Biomédica (Imibic) es uno de los 18 institutos acreditados en España para la investigación sanitaria por el Instituto de Salud Carlos III de Madrid. Imibic es un espacio de investigación multidisciplinar en el que trabajan conjuntamente científicos procedentes del ámbito universitario y sanitario para la mejora de la salud de los ciudadanos y el desarrollo social y económico de la provincia de Córdoba.

Fue creado en 2008 a partir de un acuerdo entre la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y la Universidad de Córdoba (UCO). Las obras de construcción de su nueva sede, situada frente a las urgencias del Hospital Reina Sofía, finalizarán en los próximos meses, de manera que su puesta en marcha está prevista para el segundo trimestre de 2014.

El edificio albergará los laboratorios donde trabajarán los investigadores y también será sede del equipo de gestión y direc-



HABRÁ NUEVO RECTOR DE LA UCO EN PRIMAVERA

Ya ha comenzado la carrera electoral por hacerse con el Rectorado de la Universidad de Córdoba (UCO). José Manuel Roldán Noguera deja el cargo tras ocho años al frente de la institución académica. Hasta el momento son dos los candidatos que ya han hecho oficial su intención de optar a este puesto en mayo, aunque no se descarta que se pueda incorporar alguno más. El primero en postularse fue el exvicerrector de Estudiantes, Manuel Torres; hace una semana fue el turno del exvicerrector de Posgrado José Carlos Gómez Villamandos.

ción del centro. La sede tendrá una superficie total de unos 10.000 metros cuadrados repartidos en seis niveles. El sótano estará destinado al animalario, la entreplanta acogerá las instalaciones de mantenimiento y en el resto de plantas se ubicarán los laboratorios, el área de gestión administrativa y los espacios comunes como la cafetería o el auditorio.

La UCO celebró su cuadragésimo aniversario el curso pasado. La institución académica llegó a esta efeméride con el reto de mejorar su financiación para seguir prestando un buen servicio a los alumnos. El ente formativo lo componen 11 facultades propias y dos centros adscritos. Todos ellos se dividen en 53 departamentos. La oferta académica está compuesta por 31 titulaciones de grado, 9 de segundo ciclo, 40 másters universitarios, 18 programas de doctorado y 13 titulaciones dobles internacionales.

La UCO, cuyo presupuesto para este año es de 125,4 millones de euros, un 2% menos que en 2013, da empleo actualmente a más de 2.000 personas, entre profesores y personal de administración, y cuenta con unos 15.000 alumnos.



Algunos clientes tramitando operaciones en una sucursal de Cajasur.

ARCHIVO

Tiempo de ahorradores

Los cordobeses han elevado más de un 3% sus depósitos bancarios en el último año, hasta superar los 11.000 millones. Cosa distinta ha ocurrido con los créditos, que siguen con una tendencia a la baja

Transcurridos seis años de durísima crisis, los cordobeses siguen teniendo aún una importante capacidad de ahorro. La destrucción de empleo y la pérdida de poder adquisitivo por parte de la población de la provincia no ha sido óbice para que los ciudadanos sigan acudiendo a sus entidades financieras para guardar algo de dinero ante las adversas circunstancias económicas generales. Otra cosa muy distinta es lo que ha pasado con los créditos, un aspecto que desde 2007 sigue acumulando descensos debido a las mayores dificultades para acceder a los mismos.

Según los datos oficiales publicados por el Banco de España (BDE), los cordobeses mantenían depósitos en sus entidades financieras por un valor de 11.061 millones de euros en septiembre de 2013, frente a los 10.722 que se registraban 12 meses antes, lo que supone un incremento de algo más del 3%. En este sentido, hay que recordar que muchos bancos y cajas han entrado en una

CAJASUR, CON GANANCIAS Y COMPROMISO

El peso de Cajasur en total de la economía cordobesa es indudable. De tal modo, la buena marcha de la entidad financiera es siempre una buena noticia para el tejido productivo local. En el último balance disponible de Cajasur se pone de manifiesto que en el primer semestre de 2013 se logró un beneficio neto de 1,6 millones de euros, lo que supone un 57% de todas las ganancias logradas en el ejercicio completo de 2012. Hay que destacar que el Grupo Kutxabank, al que pertenece Cajasur, consiguió en este periodo un beneficio consolidado de 48,3 millones de euros. La entidad presidida por Miguel Ángel Cabello ya ha anunciado que, para este año, incrementará el presupuesto de su fundación hasta los 5,5 millones de euros.

dura guerra comercial en los últimos años por captar los ahorros de los clientes con suculentas ofertas. El camino contrario es el que ha tenido la actividad crediticia. En septiembre del año pasado los residentes en la provincia tenían pendientes préstamos por una cuantía de 15.402 millones de euros, cerca de un 20% menos que el dato de un ejercicio antes.

El sector financiero ha vivido su particular reestructuración en Córdoba. Las continuas fusiones de entidades y el reagrupamiento de algunas de ellas a sus lugares de origen han provocado el cierre de numerosas sucursales a lo largo y ancho de la provincia.

40

ENTIDADES FINANCIERAS

operan en Córdoba, la gran mayoría de ellas, bancos y, en menor medida, cajas y cooperativas de crédito

A finales de 2012 –últimos datos disponibles– había en Córdoba 606 oficinas bancarias abiertas, 46 menos que las existentes en 2011 por las mismas fechas. Este aspecto se ha traducido en una pérdida de puestos de trabajo en este sector. Concretamente, en ese periodo de tiempo 375 personas se han quedado sin su empleo dentro del sector financiero.

De este modo, las estadísticas señalan que en los últimos meses de 2012 había 3.282 cordobeses desarrollando su labor en este campo productivo. Esta tendencia es muy similar a la que se ha observado en Andalucía y el conjunto de España.



COMPRANDO BAJO LA LLUVIA

Llévate una de las **100 compras gratis** al mes por utilizar tus Tarjetas CajaSur

0€ de mantenimiento*.

1.500 cajeros en los que operar sin coste.

Sorteo de **100 compras gratis** al mes**.

Los mejores **seguros** del mercado incluidos **en tu tarjeta**.



Tarjetas CajaSur: paga cuando, donde y como quieras.
descubre todas sus ventajas en cajasur.es/tarjetas

Eventos abiertos al mundo

Los patios celebraron en 2013 su primer concurso tras haber obtenido el reconocimiento de Patrimonio Intangible Mundial por parte de la Unesco

Cuando llega el mes de mayo las calles de Córdoba se engalanan para disfrutar de su mes más festivo. El año pasado fue especial porque se celebró el primer Concurso Popular de Patios con el reconocimiento de Patrimonio Intangible Mundial de estos recintos de enorme belleza que la Unesco aprobó en diciembre de 2012.

El Ayuntamiento encargó a F&J Abogados un estudio para conocer la repercusión económica de esta fiesta en el tejido productivo local. Dicho informe concluía que el certamen celebrado en 2013 tuvo un impacto en la ciudad de 6,08 millones de euros, cifra que supone un incremento de cerca del 51% respecto a la registrada en la edición anterior.

En este sentido, la estimación de ingresos derivados de la fiesta de los patios ascendió a unos 4,05 millones de euros, entre los que se contabilizan 3,3 millones por ingresos de turistas y excursionistas, de los

6,08

MILLONES DE EUROS

es el impacto económico que tuvo en la ciudad la fiesta de los patios en la edición de 2013

que 2,2 millones son de viajeros hospedados en establecimientos hoteleros. Además, a estas cifras se añaden un total de 718.833 euros de ingresos por los visitantes locales.

El estudio hace referencia a la plataforma *on line* para la reserva de acceso a los recintos durante los fines de semana, con un total de 1,3 millones de visitas. De este modo, el documento considera que el número de viajeros totales ascendió a 33.007 y la cifra total de visitas a los patios cordobeses durante los días que dura el concurso fue de cerca de dos millones.

El calendario del mayo festivo se completa con otros eventos. La Feria de Nuestra Señora de la Salud es uno de ellos. En la edición de 2013 fueron 99 las casetas que se instalaron en El Arenal entre el 24 de mayo y el 2 de junio. Esta cita mantuvo el presupuesto del año anterior, con unos 152.000 euros y, además de las casetas, se instala-



Batalla de las flores, patios, feria y cruces componen gran parte del mayo festivo.

ARCHIVO

VINO Y CABALLOS PARA COMPLETAR EL PROGRAMA

La programación festiva de Córdoba no se reduce al mes de mayo. La explanada anexa al Palacio de la Merced fue el lugar donde se celebró en abril la trigésima Cata del Vino Montilla-Moriles, en la que participaron 28 bodegas y 10 restaurantes y tabernas. Vinculadas a este evento se celebraron las primeras Jornadas Técnicas DOP Montilla-Moriles, centradas en el análisis de aspectos como el futuro de los vinos tradicionales de Andalucía o las nuevas tecnologías aplicadas al sector. En septiembre tuvo lugar la Feria Internacional del Caballo (Cabalcor) en Caballerizas Reales. Junto a diversos concursos, hubo también actividades de ocio y arte, exposiciones de cuadros y muestras de artesanía, entre otros eventos.

ron 196 barracas y 73 atracciones. En materia energética, se consumieron 1,6 millones de vatios de luz, frente a los 3,6 millones de la edición de 2012. Mientras, la portada se mantuvo respecto a 2012, con una longitud de 90 metros y 70.000 lámparas.

El Festival de las Cruces de Mayo contó en esta ocasión con la participación de 40 recintos, 5 más que en el anterior. Concretamente, se instalaron 19 cruces en el Casco Histórico, 10 en zonas modernas y 11 en recintos cerrados. Los premios fueron desde los 1.200 a los 700 euros, mientras que por la participación en el concurso se otorgó un accésit de 600 euros. La gran novedad en esta edición fue que el viernes y el sábado las cruces que así lo desearon no estaban obligadas a cerrar a mediodía, como sí ocurría otros años. En cuanto al certamen de academias de baile que tuvo lugar en la plaza de las Tendillas, se inscribieron 17 grupos.

AGENDA

CULTURAL

30 DE ENERO - 2 DE MARZO

ENERO

JUEVES 30

PARA ROMÁNTICOS. La Sala Góngora Gran Café celebrará su séptimo aniversario con un concierto de la conocida solista Tamara, que presentará su último disco, *Incondicional. A Juan Carlos Calderón*. ● Sala Góngora Gran Café. C/ Góngora, 10. 22.00 h.



VIERNES 31

CINE. Proyección de la película *Hannah Arendt*, filósofa alemana que trabajó como periodista en el juicio a Adolf Eichmann, el nazi que organizó el genocidio del pueblo judío durante la Segunda Guerra Mundial, conocido como la 'solución final'. ● Filmoteca de Andalucía. C/ Medina y Corella, 5. 20.30 h. 0,90 euros.

FEBRERO

SÁBADO 1

CONCIERTO. «Quiero que este disco sea auténtico, que lo que suene es lo que habrá luego en el escenario». Así lo asegura Mario Díaz, quien dará a conocer su último



trabajo, que lleva por nombre *Está en ti*. ● Sala Góngora Gran Café. C/ Góngora, 10. 22.30 h. Entre 10 y 14 euros.

'LA MODERNA CELESTINA'. Original versión del famoso texto de Fernando de Rojas, en el que su



CÓRDOBA CELEBRA SU PARTICULAR CONCURSO DE CARNAVAL

Crítica, guasa y buen humor volverán a ser las notas predominantes del XXXII Concurso de Agrupaciones Carnavalescas, en el que se espera una gran participación por parte de chirigotas y cuartetos. (El Concurso de Agrupaciones Carnavalescas se desarrollará del 12 al 21 de febrero. Las actuaciones tendrán lugar en el Gran Teatro. Entre 45 y 80 euros).

protagonista debe usar sus dotes para enamorar parejas con el fin de pagar sus gastos personales. ● Teatro El Silo de Pozoblanco. Avda. Aurelio Teno, s/n. 21.00 h. 7 euros.

HASTA EL DOMINGO 2

'BIJIN. EL JAPONISMO DE JULIO ROMERO DE TORRES'. Exposición organizada por el Museo de Bellas Artes con motivo del año dual España-Japón que se celebra este año. La muestra está formada por obras de Julio Romero de Torres influidas por las corrientes estéticas orientalistas. ● Museo de Bellas Artes. Pza. del Potro, 1. De 10.00 a 19.00 h.

TRIBUTO A AUTE. Muestra de dibujos del pintor, cantautor, poeta y cineasta. Son figuras de claroscuros que toman vida de la mano de este célebre personaje de la

FAEMINO Y CANSADO

Faemino y Cansado consiguen con *¡Como en casa ni hablar!* expresar todos sus sentimientos. Todo ello con su inigualable sentido del humor. Este espectáculo ha sido creado entre la soledad de los campos de Soria y la algarabía frenética de la Cava Baja de Madrid. Teatro Góngora. Viernes 31 de enero y sábado 1 de febrero, 20.30 h. De 20 a 22 euros.



cultura española. ● Casa Góngora. C/ Cabezas, 3. De 11.00 a 13.30 h.

JUEVES 6

HOMENAJE AL 'PIPA'. El famoso cantaor José el Pipa recibe un merecido homenaje de la mano de importantes figuras del flamenco, como el Pele, Arcángel, Lya o Niño Seve. La recaudación será para la Comisión Investigadora del Maltrato Animal (CIMA) de Córdoba. ● Teatro Góngora. C/ Jesús y María, s/n. 20.30 h. Entre 15 y 18 euros.

VIERNES 7

ÓPERA DE VERDI. *Macbeth*. Basada en la famosa obra de William Shakespeare. La música corre a cargo de la Orquesta de Córdoba y los protagonistas son Ángel Odena y Maribel Ortega. ● Gran Teatro. 21.00 h. Entre 21 y 60 euros.

SÁBADO 8

TEATRO MUSICAL. *Patrimonio* (compañía Teatro del Velador) trata de divertir a través del lenguaje del flamenco y con personajes que exponen sus conflictos. ● Teatro Góngora. C/ Jesús y María, s/n. 20.30 h. 15 euros.

ENCUENTRO LITERARIO. El VI Encuentro de las Personas Libro por la Paz. ● Centro Cívico del Centro. Pza. de la Corredera, s/n. 11.00 h. Entrada gratuita.

DOMINGO 9

TALLERES POR LA PAZ. Fiesta de clausura de las XXX Jornadas por la Paz que organiza el Distrito Sur. Talleres de batucada y zumba y títeres (Compañía Sauco). ● En diversos puntos del Sector Sur. A partir de las 11.00 h.

JUEVES 13

LA SUBIDA DE LA LUZ, A DEBATE. Debate sobre la factura de la luz y las subidas de este recibo en los últimos años dentro del ciclo *Ciudad habitable y sostenible*. ● Centro Social Rey Heredia. Junto a la Torre de la Calahorra. A partir de las 20.00 h. Gratis.

HASTA EL VIERNES 14

'MIRADAS'. Exposición de la joven artista cordobesa Laura Ortega. ● Casa de la Juventud. Avda. Campo Madre de Dios, s/n. Durante toda la jornada. Gratis.

VIERNES 14

MÚSICA FUNDIDA. Lovis G.&AR es la fusión musical entre la cantante Lovis G. (Alemania) y el guitarrista Antonio Romero. Sonidos populares de la geografía brasileña. ● Teatro Góngora. C/ Jesús y María, s/n. 20.30 h. 10 euros.

SÁBADO 15

CONCIERTO. Flamenco, rumba, pop, rock y funky: *El puchero del hortelano* trae a Córdoba su nuevo trabajo, un disco muy ecléctico y variado. ● Sala Metrópolis. Avda. Chinalas, parcela 25. 22.00 h.

'CAPITÁN COBARDE'. El sevillano Albertucho presenta una actuación acompañada de más de siete instrumentos. Repasa su último álbum, *Alegría*. ● Long Rock Centro. C/ Teniente Braulio Laportilla, 6. 23.00 h. Entre 10 y 12 euros.

DOMINGO 16

PARA NIÑOS. En *Los guardianes de Medina Azahara*, la mascota Ziryab recorre con los niños el yacimiento de la ciudad arqueológica. ● Museo de Medina Azahara. A partir de las 11.30 h. Entre 3 y 4 euros.

**VIERNES 21****'WOLVERINES'**

La cantante cordobesa Vega vuelve a su ciudad natal para presentar su último disco. Producido por Sebastian Krysz, *Wolverines* se erige como su apuesta más «visceral» y «libre». ● Rockola Club Music. 21.30 h. 15 euros.

JUEVES 20

FLAMENCO DE TABERNA. La Asociación de Artistas Flamencos de Córdoba organiza el XI ciclo *Por las rutas de las tabernas*. Hoy: Joaquín Garrido y Amparo Ramos. ● C/ Conde y Luque, 8. 21.30 h. Entrada libre.

VIERNES 21

'MARIDOS Y MUJERES'. Uno de los mejores guiones de Woody Allen sobre las relaciones de pareja. ● Teatro Góngora. 20.30 h. 15 euros.

SÁBADO 22

JARDÍN DINOBOTÁNICO. Para despertar la curiosidad por el mundo vegetal. ● Jardín Botánico. Avda. Lineo, s/n. A partir de las 11.00 h. Necesaria inscripción previa: 957 294 312 o en educacion@jardinbotanicocordoba.com

SÁBADO 1 DE MARZO**MANUEL CARRASCO CELEBRA 10 AÑOS**

Confieso que he sentido. Así se llama el sexto álbum del onubense Manuel Carrasco, trabajo con el que celebra su décimo aniversario encima de los escenarios. Conocido al inicio de su carrera por su participación en el concurso de televisión *Operación Triunfo*, este artista ha sabido labrarse su propia carrera acompañado de grandes productores, como Martín Terefe, que está detrás de cantantes consagrados como Elton John o Jamie Cullum.

● Gran Teatro. 20.30 h.



ARCHIVO

DOMINGO 2 DE MARZO**ADIÓS AL DIOS MOMO**

Córdoba finaliza el calendario de Carnaval con el despliegue de la tradicional cabalgata por sus calles. El desfile saldrá de la avenida de la Victoria y pasará por las calles Concepción y Gondomar, plaza de las Tendillas y Claudio Marcelo. Terminará en la plaza de la Corredera, donde se quemará al dios Momo, cita con la que se clausurará oficialmente el Carnaval 2014. La salida está convocada a las 12.00 horas en la avenida de la Victoria.

'EL MANUAL DE LA BUENA ESPOSA'. Comedia que presenta distintas situaciones de mujeres y los tiempos que les tocó vivir desde 1934 hasta 1977. ● Teatro Góngora. 20.30 h. 15 euros.

DOMINGO 23

LEYENDAS CORDOBESAS. La ruta *Córdoba encantada* quiere dar a conocer a los niños la historia y las leyendas de Córdoba de forma amena y divertida. ● Salida de la Puerta de la Calahorra. Desde las 11.30 h. Entre 3 y 4 euros.

JUEVES 27

CONCIERTO. De la Orquesta de Córdoba dentro de su temporada de abono. Se interpretarán piezas de Luis Bedmar, Raquel Rodríguez y José de la Vega. ● Gran Teatro. 20.30 h. Entre 6 y 22 euros.

COMIENZA EL JUEVES 27

EXPOSICIÓN JOVEN. II Muestra de Arte Emergente. Jóvenes creadores en diferentes disciplinas del arte contemporáneo. ● Casa de la Juventud. Avda. Campo Madre de Dios, s/n. Durante toda la jornada. Gratis.



tiempoytemperatura.es

Si hubieras usado nuestra app
sabrías que hoy no era el día para
estrenar tus zapatos.

Para conocer al instante y de forma fiable la previsión meteorológica
Adelántate hoy al tiempo de mañana



tiempoytemperatura.es

Descárgate
la app en tu
móvil Android
o iPhone



5 SIGLOS, 12 PATIOS E INFINITAS SENSACIONES.

VIANA

PUERTA DE
LOS PATIOS
DE CÓRDOBA

PALACIO
D
VIANA


FUNDACIÓN
CajaSur

VIANA INSPIRA

www.palaciodeviana.com