

LA ALGABA VIVA

Nº1. DICIEMBRE 2021



■ **La Algaba será más atractiva empresarial y turísticamente con un plan de 10 millones de euros**

Página 2

■ **Dar ayudas a los emprendedores y ofrecer facilidades a los negocios, retos del Ayuntamiento**

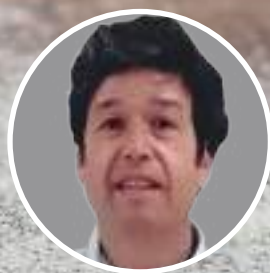
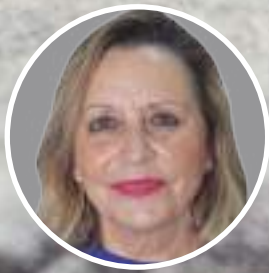
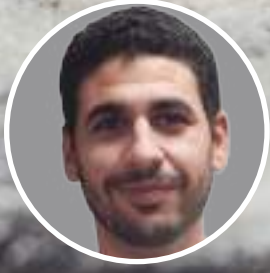
Página 3

■ **El Ayuntamiento impulsa a los autónomos algabeños con ayudas directas y campañas de reactivación local**

Página 7

■ **Las panaderías de La Algaba analizan su pasado y su futuro**

Páginas 8-15



Pan prieto algabeño, una seña de identidad y un medio de vida

Entrevista a Diego Manuel Agüera Piñero, alcalde de La Algaba

“Trabajamos en un proyecto de 10 millones de euros para mirar al río y tener más atractivo empresarial”

Luz García

300.000 € para los autónomos locales, 40.000 € en la campaña del Rasca, 100.000 € para vallar el parque empresarial La Viña...
¿Está apostando el Ayuntamiento de La Algaba ahora más que nunca por sus empresas?

Siempre las hemos apoyado, pero antes era quizás más de intenciones que de hechos. Con la crisis sanitaria del Covid hemos hecho una apuesta muy fuerte por La Algaba, centrándonos en el apoyo al comercio, a las pequeñas empresas y a la hostelería.

¿Y en lo que respecta a grandes empresas, es fácil captar proyectos o cuesta más?

Perdimos el tren de la Expo del 92, que trajo mucha riqueza a los pueblos de alrededor. Otro tren perdido fue el del boom inmobiliario, porque entró tanta cantidad de dinero que no se supo destinar para poner a La Algaba en el mapa. Y ahora nosotros estamos trabajando para no perder el tren de la recuperación económica. Esta recuperación se va a traducir en mejores servicios, en una Algaba mucho más verde y una localidad más atractiva para que las empresas vean en La Algaba un punto de referencia donde poder instalarse.

¿En qué iniciativas trabajan?

Estamos trabajando con varias consultoras que nos están diseñando el planteamiento urbano y de movilidad necesarios para solicitar fondos que provienen de Europa y a los que nos podamos acoger con estas nuevas subvenciones. Hay algunas ayudas que irán directamente a los municipio y otras por concurrencia competitiva, para las que ya estamos elaborando los proyectos con empresas especializadas en captar estos fondos.

Una de las líneas en las que estamos trabajando es que **La Algaba mire al río**. Esto se hace uniendo el puente Rodríguez de la Borbolla con el puente de acceso a La Algaba a través de la carretera A 8006. La intención es hacer de un puente a otro un paseo fluvial. Es una idea que hemos barajado desde hace años y que cuenta con un presupuesto de en torno a los 3 millones de euros, que financiaría Europa.

También haremos un **corredor verde** que cogerá toda la Vega del Guadalquivir de la zona de La Algaba y se unirá con el ribera de Huelva. No tenemos presupuesto aún, pero más o menos calculamos que costará unos 2 millones de euros.

El **carril bici** es otro proyecto que estamos impulsando: Unir el carril bici de Sevilla con La Algaba. Hablamos de entre 1,5 y 2 millones de euros de inversión. Esto le corresponde a la Junta de Andalucía, pero si no quieren o no pueden hacerlo, el Ayuntamiento de La Algaba está dispuesto a asumir ese proyecto.

Estamos preparando un potente proyecto turístico que ponga a la Algaba en el mapa del turismo de la provincia. A Sevilla llegan millones de personas que



también quieren conocer la provincia y la Algaba tiene que prepararse para poder recibirlos. Genera mucha riqueza en los pueblos. Queremos cubrir nuestro auditorio municipal para hacerlo un referente en la comarca De la Vega para atraer también público y eventos importantes que no se puedan celebrar en Sevilla. Vamos a potenciar nuestra gastronomía que es muy buena y variada. En definitiva, estamos preparando un proyecto que capte recursos económicos en Europa que nos ayude a poner a la Algaba en el lugar que se merece también turísticamente.

¿Cree que un autónomo lo tiene más fácil ahora que antes para emprender en La Algaba?

Seguro, por una sencilla razón: por el trato y la cercanía del personal del Ayuntamiento, con su delegada al frente. El trato es ahora más personalizado y eficaz. Es mucho más fácil montar un negocio en La Algaba ahora que antes del 2011.

¿Cuáles son los objetivos de esta revista empresarial?

Dar a conocer los negocios, los comercios, la hostelería y las riquezas que tiene La Algaba. Este es un municipio con mucha variedad empresarial y sobre todo con calidad. Y merece la pena ser descubierto por los algabeños y visitantes.



Lydia Gómez Torrecillas. Delegada de Desarrollo Económico y Comercio

“Estamos trabajando en impulsar el desarrollo económico y el comercio local”

Luz García

¿Cuál es el principal objetivo que persigue como delegada de Desarrollo Económico y Comercio?

Sobre todo impulsar la parte económica y la parte laboral, con el fomento de la creación de empleo. Ahora mismo es un tema complicado, por eso tenemos que apoyar a la pequeña empresa.

¿Cómo es el comercio local?

Es bastante variado. Tenemos algunas carencias puntuales, pero aquí en La Algaba puedes comprarlo casi todo. Tenemos tiendas de moda y complementos, joyerías, alimentación y electrodomésticos que a pesar de internet y de las grandes plataformas, están muy asentadas en el pueblo y mantienen una clientela fiel.

¿Se nota cuando se hacen campañas para fomentar el consumo local?

Sí, mucho. Los establecimientos lo agradecen, además la gente entra preguntando por las campañas. Este año con los rascas se ha creado una gran expectación y creemos que servirá para revitalizar las ventas durante los meses que dura la campaña “rasca y regala”.

“El ayuntamiento cuenta con un departamento de asesoramiento para poner en marcha cualquier empresa”

¿Cree que un emprendedor lo tiene más difícil ahora que antes?

Creo que es más fácil. La delegación de Desarrollo Económico pone a disposición de las personas emprendedoras un departamento de asesoramiento para poner en marcha cualquier tipo de empresa. Nuestra disponibilidad es de casi 24 horas.

¿Qué es lo que les cuesta más a los emprendedores?

Encontrar un sitio donde empezar, un local.

¿Los autónomos de La Algaba buscan formarse? ¿Acuden a los cursos, demandan formación?

No lo demandan en exceso, pero cuando se lo ofrecemos sí acuden a formarse.

¿Hay espíritu de unión empresarial?

Es una asignatura pendiente, contar con una asociación de empresarios que consiga mejoras para el colectivo. Hay una asociación, AECA, que lleva cinco años de rodaje, pero su trayectoria se vio interrumpida por la pandemia. Ahora se está volviendo a impulsar por parte de los autónomos y empresarios de La Algaba.

En cuanto a empresas medianas y grandes, ¿Se ofrecen facilidades?

Con empresas grandes el trato es muy directo y las puertas del Ayuntamiento siempre están abiertas porque crean empleo. Intentamos también mejorar



“De cada dos emprendedores, uno es mujer, una cifra que demuestra que las algabeñas son muy luchadoras”

las infraestructuras, como el polígono La Viña, que ahora con el Plan Contigo se va a mejorar. Las obras rondarán los 100.000 euros de inversión. También se va a hacer un vivero de empresas, algo muy importante por lo que en Desarrollo Económico hemos peleado mucho.

¿Cuántas plazas van a haber para emprendedores en el vivero de empresas?

Estará dotada de una sala de juntas y 9 despachos totalmente equipados, con acceso a internet. No sabemos todavía en qué condiciones serán cedidos los despachos, pero lo importante es que estarán operativos a finales del 2022.

¿Cuántos emprendedores y autónomos hay en La Algaba? ¿Ejercen aquí sus actividades?

En La Algaba hay censados unos 400 autónomos, y la mitad de ellos tienen sus negocios aquí.

¿Y qué porcentaje de mujeres emprendedoras y autónomas hay?

Pues el 40 por ciento, una cifra que no está nada mal y que demuestra que la mujer algabeña es muy emprendedora y valiente.



EMPRENDIMIENTO Y VETERANÍA

MioMio: venta a través de redes sociales y personalización para ganar mercado

▶ Isabel Carranza García ha logrado sacar adelante su tienda de ropa con imaginación y ofreciéndole al cliente el toque personal que busca



Paula Mateo Chaves

Con más de diecisiete años de experiencia en el sector del emprendimiento, Isabel Carranza García decidió embarcarse en un nuevo proyecto: abrir un espacio físico para MioMio, su tienda de ropa, actualmente situada en la calle Pilar García, n°51. El establecimiento abrió sus puertas el pasado 14 de marzo.

Ya lo dice Isabel Carranza: “no ha sido tarea fácil”. Pero, ¿qué negocio lo es? Todo el proceso de apertura y mantenimiento de la tienda ha sido una montaña rusa de emociones, y más, teniendo que compaginarlo con el cuidado de sus hijos.

Durante estos meses de lucha por sacar su negocio adelante, la emprendedora ha tenido que hacer frente a muchos inconvenientes que le han ido surgiendo por el camino. Pero los ha ido resolviendo con originalidad y nuevas ideas. En este sentido, ha jugado un papel muy importante su apuesta por la personalización. MioMio ofrece la posibilidad de adquirir un amplio abanico de objetos que se pueden personalizar, como calcetines con el nombre de la persona que los lleva, tazas con decoraciones especiales para regalar, sudaderas con el nombre



de quien la lleva... “Esta línea de trabajo me permite ingresos en los meses más flojos, pero a veces es complicado darle respuesta cuando tengo mucho volumen de trabajo”, explica.

Su otra apuesta han sido las redes sociales. Con perfil profesional tanto en Instagram como en Facebook, MioMio.ropa ofrece a todos sus seguidores las novedades que van llegando a la tienda. Algo que le permite a Isabel Carranza vender no solo en La Algaba, sino en muchos otros lugares. “Lo que no está en internet no existe. Cuando publico cosas veo el retorno rápidamente: me mandan un privado, me hacen pedidos para fuera... Es una publicidad muy eficaz”, indica. Y aunque le gustaría ir a más con una página web profesional, saca todo el partido que puede a sus redes “y procuro que nuestros seguidores, que no dejan de crecer, estén al día de nuestras novedades”.

Apoyo empresarial

Otro factor que ayuda a los negocios es, a su juicio, la puesta en funcionamiento de campañas de apoyo al comercio como la impulsada en estos días por el Ayuntamiento de La Algaba. “Hacen que se muevan las compras y eso nos ayuda. Tanto el Ayuntamiento como el resto de los organismos públicos juegan un papel muy importante a la hora de facilitar esta acción con la que los pequeños comerciantes nos vemos beneficiados”.

En esta línea, Isabel Carranza agradece iniciativas como la publicación de este periódico empresarial impulsado por el Ayuntamiento algabeño o las plataformas digitales que impulsan la visibilización de los pequeños comercios, “como son la página y las redes sociales del Ayuntamiento, algo que nos está reforzando”. La dueña de MioMio cree firmemente que “la publicidad que nos dé el Ayuntamiento de La Algaba, a través de publicaciones como esta o vídeos, nos será de gran ayuda a los pequeños para sobrevivir y ganar la batalla”, explica la emprendedora. Un impulso que ella traduce en más clientes y en ventas con las que consolidar su apuesta empresarial.

▶ “La publicidad que nos dé el Ayuntamiento siempre suma y nos ayuda a consolidarnos”

EMPRENDIMIENTO Y VETERANÍA

La droguería Enrique Tristán, un negocio que pasa de generación en generación

▶ Enrique Tristán Flores realiza un recorrido por la historia de su negocio, una droguería que ha sabido superar con éxito las adversidades



Paula Mateo Chaves

Aunque no hay dato fehaciente de cuánto tiempo lleva la droguería Enrique Tristán abierta exactamente, Enrique Tristán Flores asegura que, al menos, desde la Segunda República, cuando su abuelo estaba a cargo de ella.



La tienda, que ha ido pasando de generación en generación, ha sabido afrontar las adversidades y superarlas con éxito. Según relata Enrique Tristán, a pesar de las numerosas crisis económicas de las que la droguería ha sido testigo, a su abuelo le tocó vivir uno de los momentos más difíciles. Durante el periodo de la Segunda República, la mayoría de clientes se llevaban artículos y no los pagaban. Las cuentas se desajustaron gravemente, llevando a la tienda a la quiebra, obligándola a mantener sus puertas cerradas al público temporalmente debido a la falta de liquidez. No obstante, la familia Tristán consiguió ver la luz al final del túnel y lograron reabrir el pequeño negocio familiar.

ajustaron gravemente, llevando a la tienda a la quiebra, obligándola a mantener sus puertas cerradas al público temporalmente debido a la falta de liquidez. No obstante, la familia Tristán consiguió ver la luz al final del túnel y lograron reabrir el pequeño negocio familiar.

Tal y como sugiere Enrique Tristán, uno de los momentos clave en la historia del establecimiento fue cuando sus padres heredaron la tienda. La droguería Enrique Tristán amplió enormemente su catálogo, ofreciendo nuevos productos a los compradores, algo que impulsó notoriamente sus ventas. Este comercio familiar fue ganando popularidad hasta convertirse

en lo que Enrique Tristán califica como “El Corte Inglés del pueblo”. Prácticamente todos los algabeños compraban allí.

Cuando Enrique cogió la tienda, continuó ampliando la gama de productos. No obstante, el comercio y las técnicas de venta y consumo han cambiado mucho en las últimas décadas, así lo confirma el algabeño: “El comercio se ha vuelto tremendamente impersonal en los últimos años”. Y no le falta razón. Los hábitos de compra han cambiado bastante. Un claro ejemplo de ello es que, en la actualidad, los consumidores prefieren ir a centros comerciales o grandes supermercados a adquirir artículos que antes se compraban en las tiendas situadas dentro del propio pueblo.

¿El fin del legado familiar?

Encabezando la lista de próximos objetivos a corto plazo de Enrique Tristán Flores, se encuentra jubilarse. A pesar de que tiene tres hijos, cada uno se ha labrado su futuro. Todos son independientes, tienen su propia vida, con una serie de responsabilidades, entre las que se encuentra un trabajo estable, que les impide hacerse cargo del negocio familiar. Aunque el futuro de la droguería Enrique Tristán aún no está claro, su actual dueño, Enrique Tristán Flores, asegura que hará todo lo que esté en su mano y luchará para que el establecimiento situado en la calle Pilar García, nº6, salga adelante.

▶ “La droguería fue ganando popularidad hasta convertirse en El Corte Inglés del pueblo”

Impulso a AECA: La Asociación de Empresarios y Comerciantes de La Algaba

Un proyecto ambicioso que Cristina Cabrera tiene entre manos es impulsar AECA, la Asociación de Empresarios y Comerciantes de La Algaba. Cristina es la presidenta de esta entidad que lleva funcionando como organización cuatro años, aunque, con la pandemia de por medio, sufrió un parón. En estas fechas, los comerciantes y empresarios algabeños están retomando los contactos y el objetivo es fomentar la unión e impulsar campañas y proyectos de manera conjunta, que redunden en el bienestar de todos. De hecho, Cristina Cabrera quiere convocarlos para la vuelta de la campaña de Navidad, algo que será el pistoletazo de salida para que el colectivo retome sus reuniones.

Entre los miembros de AECA se encuentra una amplia variedad de empresas: desde autónomos a bares o inmobiliarias, gimnasios, tiendas de ropa... Uno de los principales objetivos de la presidenta, en relación a AECA, es generar ilusión y conseguir que se asocie el mayor número de empresarios y comerciantes posible para que la entidad tenga fuerza y consiga mejoras para todos.

Una plataforma para impulsar los negocios algabeños

AECA es, además, el canal de comunicación entre los comerciantes y el Ayuntamiento, así como con otros organismos públicos y entidades empresariales, que busca aprovechar las ayudas económicas, cursos y los foros de networking para canalizarlos y que todos los autónomos y emprendedores de La Algaba tengan acceso a ellos. Un mundo por explorar que les puede ayudar a impulsar sus negocios.

Una de las reivindicaciones que Cristina Cabrera considera que tienen la mayoría de los autónomos es contar con ayudas para que las empresas puedan contratar a empleados, algo que los ayudaría a crecer y de lo que considera que no solo se beneficiaría el propio negocio, sino todo el pueblo porque dinamizaría la economía y ayudaría a darle más vida al centro. No obstante, la empresaria se muestra ilusionada ante el futuro y está segura de que AECA les ayudará a crecer y les traerá nuevas oportunidades para todos.



Cristina Cabrera, presidenta de AECA.



Una de las reuniones celebradas.

Una campaña de Navidad que está dinamizando el comercio local

La presidenta de AECA ha resaltado los beneficios que reportan al pequeño comercio campañas como la que ha puesto en marcha el Ayuntamiento de La Algaba, todo un revulsivo para los negocios locales, que no solo van a recibir los **40.000 euros en premios directos** para la ciudadanía que se destinan por parte del consistorio a las tres campañas que se pondrán en marcha, sino que van a percibir también todas las cantidades económicas complementarias que generarán este impulso para lograr los premios.

Esta es, a su juicio, la clave que explica el éxito conseguido, que ha hecho que sean muchos los negocios asociados a la primera campaña que ya está en marcha: el Rasca y Gana de Navidad.

Todas estas medidas son, a juicio de la empresaria, un revulsivo que suma en los duros tiempos que corren para los autónomos y comercios. Un balón de oxígeno que les ayuda a afrontar de otra manera los contratiempos y las dificultades que les quedan por superar.



Más de 45.000 euros en premios directos para la ciudadanía y para la reactivación del comercio local divididos en 3 periodos

Rasca y Regala, campaña de apoyo al comercio local

Desde 21 de diciembre de 2021 al 14 de febrero de 2022



Desde el Ayuntamiento ponemos en marcha esta iniciativa de cara al comercio en navidad que repartirá 15.000 € en premios y descuentos.

Desde este Ayuntamiento queremos poner en valor nuestro comercio local y bajo el lema "El mejor premio para el comercio eres tú" invitamos a los algabeños y visitantes a comprar en nuestro pueblo y apostar por unas compras de calidad, cercanas y seguras.

Más de 60 comercios se han adherido a esta campaña municipal dentro del Plan Contigo de la Diputación de Sevilla

Apoya al comercio local



Comerciantes adheridos:

ANTONIO ESPINOSA PELUQUEROS
BAZAR ENCARNITA
C&C FISIOTERAPIA
CARMEN ARAGÓN DECORACIÓN
CARNICERIA FEFE
CHARCUTERÍA LA TORRE
COCINAS GONZAGA
COMERCIAL SANDALIO
DEISI MODA
DROGUERÍA JEROMITO
DROGUERÍA JULIA
EL POLVILLO DE LA ALGABA
EL SUPER
EME MODA Y COMPLEMENTOS
ESTHER LUNA ESTÉTICA
FERRETERÍA JERÓNIMO
GYM MITICA
HARMONY MODA Y COMPLEMENTOS
HARMONY MODAS
JOYERÍA DIEGO
L'AUTENTIC MARCELI
LA BOUTIQUE DEL PEQUE

LA CARRETO
LA DESPENSA DE ISMAEL
LAURA SANTIAGO
LAVADO DE COCHES SANTA MARTA
LIBRERÍA CABRERA
M&ESTILO ESTÉTICA
M&ESTILO PELUQUERÍA
MAGNOLIA ESTUDIO CRIS
MERCERÍA - TRAJES FLAMENCA
RONEY
MERCERÍA BEATRIZ
MIA SHOP
MIO MIO
MODAS ELISABETH
MODAS NÓMADAS
MODAS SANJA
ÓPTICA ALGABA
PANADERÍA MAURICIO
PAPELERÍA ALGABA
PAPELERÍA EL PATO AMARILLO
PELUQUERÍA JULI
PELUQUERÍA MARIO

PESCADERÍA LA IGLESIA
PESCADERÍA MERINO
PINTURAS ANDALUCÍA
PIZCOCHICO
QUIOSCO ALGABA
QUIOSCO FITA - EL ARAL
RECAMBIO CAMPOS
ROYCI
SALÓN DE BELLEZA PATRICIA VELÁZQUEZ
SEMILLERÍA ALGABA
SIVANA BOC
SUPERMERCADO EL ARAL
TECSOFT INFORMÁTICA
TIENDA ANA Y ANTONIO
TIENDA BELÉN
TIENDA DESAVIO MARÍA JOSE
TIENDA ELISABETH
TRECE COMPUTER
YOGAREBI

Ayudas directas a los autónomos algabeños por valor de 330.000 euros



El Ayuntamiento, además repartirá 330.000 euros entre los autónomos algabeños afectados por la pandemia. El objeto de esta importante ayuda, apunta el regidor, Diego Manuel Agüera Piñero, "es ayudar a nuestros vecinos y vecinas con la continuidad de sus negocios evitando su cese, y por ende, la destrucción de empleo".

Panadería Antonio Romero Pérez

▶ **60 años de historia para un negocio que fundó el abuelo José Pérez García y que va por la tercera generación**

Antonio Romero Pérez da vida cada día a la panadería que hace ya más de 60 años fundó su abuelo, José Pérez García. Actualmente tiene dos trabajadores con los que cada noche reinventa un oficio que llena de bolsas de pan al amanecer los hogares de La Algaba y los bares y restaurantes de la provincia de Sevilla.

Antonio Romero lleva toda la vida “metido en harina” y, aunque reconoce que el negocio ha cambiado y se han introducido novedades, “la gestión sigue siendo la misma”.

Le gusta el contacto con los clientes y le echa muchas horas a su trabajo, que le apasiona, pero considera que es muy cansado porque son muchas horas. A veces empieza poco después de la madrugada y son las dos de la tarde y aún no ha acabado, algo por lo que le gustaría que sus hijos se dedicaran a otra cosa. “Mi familia entiende mis horarios y que aquí no se descansa, pero después de 40 años se acerca el momento en el que me podré jubilar”, indica.

Valora su esfuerzo y el que hacen los demás panaderos algabeños: “Llevamos con orgullo que La Algaba sea la capital del pan de la provincia, todo un referente”, indica, mientras se muestra satisfecho por toda una vida laboral dedicado a la artesanía panadera”.



Todo tipo de pan con Vergara e Hijos

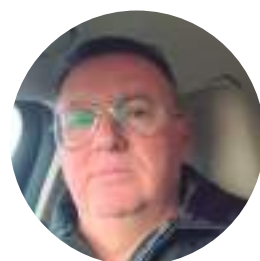
▶ **La panificadora se fundó en el año 83 y en la actualidad son los tres hijos del matrimonio propietario, Antonio, César y José Ramón, los que impulsan el negocio**

Antonio Vergara y Josefa Pavón fundaron en 1983 la Panificadora Vergara e Hijos, un negocio familiar que 38 años después es el medio de vida de los tres hijos del matrimonio: Antonio, César y José Ramón.

La panificadora tiene clientes tanto a nivel particular como de empresas y bares repartidos por toda la provincia y, cómo no por La Algaba. Todos ellos les demandan panes de las más diversas variedades: desde el pan prieto al pan de kilo, el de montaditos, las vienas o los integrales, destacando la apuesta por el de centeno. Pero aunque la vida sana esté en auge, el pan tradicional sigue

siendo el que más les demandan, suponiendo únicamente el integral el 10 por ciento de la producción.

Los fundadores están muy satisfechos con el reemplazo generacional, que lleva furgonetas con el apellido por los más recónditos rincones de la provincia sevillana, y por el hecho de que el negocio haya avanzado, con la aplicación de nuevas tecnologías y de toda la innovación posible para que el pan siga siendo artesano, pero con la máxima calidad. Un reto en el que esta familia de algabeños seguirá trabajando para que el municipio no deje de ser referente de pan de excelencia para toda la provincia de Sevilla.



Panadería “Ay Purísima”, un referente en el Camino de El Aral

► El negocio, regentado por dos generaciones, vende pan prieto por toda la provincia de Sevilla y lucha por seguir creciendo frente a la inflación y la crisis

Luz García

Mauricio Clavijo Cruz es autónomo desde que tenía 18 años. Casi cuatro décadas después sigue dirigiendo “Ay Purísima”, la panadería que fundaron sus padres y que ahora regenta él. Un negocio que primero estaba en la calle Rodríguez de la Borbolla, nº36, y se trasladó al **Camino de El Aral**, donde lleva 14 años. Una dilatada trayectoria que lo han convertido en todo un especialista de la harina.

A la pregunta “qué es el pan para usted” no sabe bien qué contestar. Y lo primero que se le viene a la cabeza es que supone algo muy importante en su trayectoria. Más que un trabajo es una pasión y su forma de vida. Tanto, que incluso ha logrado transmitirle esta ilusión a su hijo, quien, junto con otro empleado, trabaja en la actualidad en la panadería.

Tras varios ajustes y apuestas comerciales, el negocio familiar va sobre ruedas. Y con el pan prieto como “joya de la corona” han conseguido captar nuevos clientes, no solo del pueblo, sino también de otros municipios vecinos, como pueden ser de Alcalá del Río, San José de la Rinconada o Sevilla capital.

La pandemia ha marcado un antes y un después en el negocio, aunque han logrado superar todas las dificultades. Ahora han vuelto a vender mucho, pero Mauricio no visualiza el futuro con claridad.

El Covid ha traído consigo una inflación en los impuestos de materias primas, como pueden ser la levadura o la harina. Esto, por el momento, no es un problema grave, aunque los salarios han disminuido levemente. No obstante, si los precios continúan ascendiendo, el panadero considera que “habrá problemas”.



Pero, pase lo que pase, es innegable que su panadería es una de las que ha marcado la historia de La Algaba y ha ayudado a acuñar su fama de buen pan.



Panadería González exporta pan prieto a toda la provincia desde El Aral

▶ Los hermanos Juan Enrique y Benito llevan dos décadas elaborando de manera artesanal el pan prieto. Su horno de leña no para durante la madrugada y reparten al amanecer

Luz García

Habían estado trabajando en varias panaderías y un día decidieron establecerse por su cuenta. Los hermanos Juan Enrique y Benito González fundaron hace más de dos décadas Panadería González, un negocio que actualmente tienen ubicado en El Aral al ser un punto estratégico del que salen a repartir con facilidad y al que pueden llevar las materias primas sin problemas de aparcamiento.

A lo largo de las más de dos décadas que llevan funcionando, Panadería González se ha hecho de una amplia clientela que espera cada mañana el pan prieto algabeño, lo único que fabrican, y que forma parte del menú de muchos restaurantes y bares tanto de Sevilla capital como de la provincia.

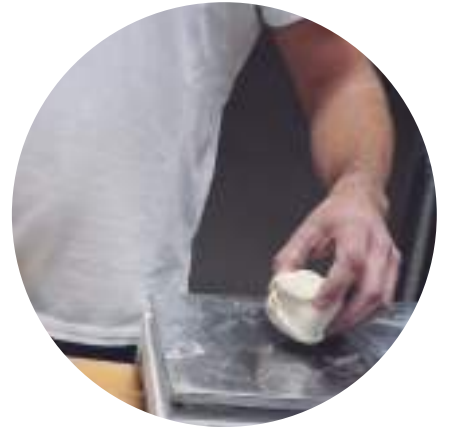
A las 22:00 horas, las 10 de la noche, el negocio empieza a estar a pleno rendimiento y el horno de pan no para de funcionar hasta las 2:30 de la madrugada. Momento en que empiezan a organizar el reparto y a salir en ruta para concluir hacia las 8:00 de la mañana. Unos horarios sacrificados que llevan con la misma ilusión y alegría que cuando empezaron.

El mundo ha cambiado mucho a lo largo de todos estos años, no así la elaboración del pan. Pequeñas modificaciones, como un horno de leña más moderno y grande para dar respuesta a la demanda de pedidos, y poco más para reinventar cada día uno de los oficios más antiguos del mundo. El de estos dos panaderos que lideran su empresa y generan empleo y riqueza con el pan prieto algabeño.



La Tahona Blanca Paloma: “Lo de siempre, como nunca”

► Un gran porcentaje de las ventas de esta familia de artesanos del pan procede de bares y restaurantes de Sevilla, a los que llevan el pan con sus tres furgonetas



Paula Mateo Chaves

No es tarea fácil sacar adelante un negocio familiar con más de 176 años de historia. Salvador Márquez Carranza da fe de ello. Este joven, que ha dejado atrás su vida en el ejército para dedicarse única y exclusivamente a la panadería, pertenece a la quinta generación familiar y, recientemente, ha asumido el mando de la tienda. Su principal objetivo es mantener esa esencia tradicional tan característica de La Tahona Blanca Paloma, ofreciendo una nueva y amplia gama de tipos de pan. De ahí el lema que define a la Casa del Pan algabeña: “Lo de siempre, como nunca”.

El panadero lo tiene claro: quiere que el establecimiento se diferencie por la calidad de sus materias primas. Convertirse en referente de calidad sería un sueño para el joven empresario.

Salvador Márquez pretende implementar nuevas técnicas sin dejar atrás las raíces y la historia que define al prestigioso obrador familiar. Ya han incorporado nuevos métodos al proceso de producción del pan. Un ejemplo de ello es el **uso del frío en la fermentación larga de sus productos**. De esta manera, consiguen que el pan tenga más sabor y que este, a su vez, sea más duradero.

Los algabeños no son los únicos que tienen el privilegio de disfrutar del pan de la tienda situada en la **calle Saturno, nº17**. La Casa del Pan también reparte, gracias a las tres furgonetas con las que cuenta, por Sevilla capital. De hecho, un gran porcentaje de sus ventas pertenecen a bares y restaurantes de la capital.

Durante el confinamiento, cuando la hostelería estuvo paralizada, la venta de pan a bares y restaurantes cesó. Sin embargo, aunque la economía del negocio se vio afectada, el comercio logró salir adelante gracias al aumento del consumo de pan de la población. A pesar de las dificultades económicas a las que la panadería ha tenido que hacer frente a raíz de la pandemia, a Salvador Márquez se le llena la boca de alegría al decir que en ningún momento le ha hecho falta despedir a ni un solo trabajador de los cuatro que tiene. Algo a lo que reconoce que han contribuido las ayudas públicas, lo que le produce una doble de satisfacción.



► “La innovación y nuevos productos son claves para diferenciarse de la competencia”

La crisis provocada por el Covid no es la única a la que la panadería ha tenido que hacer frente. Con tantos años de recorrido, La Tahona Blanca Paloma ha sido testigo de muchas otras. Por ejemplo, la crisis inmobiliaria que tuvo lugar en España entre el 2008 y 2014. Según relata Salvador Márquez, sus padres, que por aquel entonces se encargaban del negocio, lo pasaron bastante mal al principio. No obstante, lograron superar todas las adversidades.

‘Cambio’ es la palabra que, tal y como sostiene Salvador Márquez, define el futuro de La Tahona Blanca Paloma.

Su padre se ha jubilado y a su madre le queda poco tiempo trabajando. El joven panadero está tratando de innovar con la introducción de nuevos productos, cereales y diseños. Un reto con el que espera diferenciarse de la competencia.



Panadería Mauricio Carranza, sesenta años reinventando el negocio del pan

▶ Roscos de Reyes, bizcochos, brazos de gitano y pan de todo tipo para impulsar un negocio que ya ha superado varias crisis



Paula Mateo Chaves

Con más de 60 años de servicio, la panadería Mauricio Carranza vuelve a ofrecer sus tradicionales roscos de Reyes con motivo de las fiestas navideñas. Pero la panadería algabeña no solo se caracteriza por estos dulces, sino que también lo hace por sus conocidos bizcochos o brazos de gitano.

Originalmente, cuando Andrés Carranza fundó el negocio, lo 'único' que se ofrecía eran vienas, bollos, barras y pan prieto. Este establecimiento no duró mucho, el local se vendió y fue trasladado a su localización actual.

Mauricio Carranza, hijo de Andrés, es el que se encarga hoy de dirigir la panadería. A lo largo de estos años, ha tenido que reinventarse para sobrevivir. Una de las innovaciones resultantes ha sido la incorporación de pan integral, de centeno, de semilla y sin gluten, entre otros, a su oferta. Gracias a estas novedades, han conseguido atraer a nuevos clientes, no solo locales, sino también de Sevilla capital.

No obstante, la pandemia ha marcado un antes y un después en la historia de esta humilde panadería. Muchos trabajadores entraron en ERTE y los bares y restaurantes que solían comprar pan al negocio, al cerrar sus puertas, dejaron de hacerlo.

A ello se sumó la crisis sanitaria y todo lo que ha traído consigo, algo que ha disparado los impuestos en la harina y otras materias primas como la levadura. Además, se han impuesto muchos controles. Sanidad exige cada vez más análisis y las panaderías han elevado sus costes.

La pandemia ha recordado a los trabajadores de la panadería Mauricio Carranza la crisis provocada por la burbuja inmobiliaria que tuvo lugar entre 1997 y 2007. El negocio vivió una época de esplendor durante el periodo de la Expo del 92. Por aquel entonces, muchos clientes compraban grandes cantidades de pan para

luego revenderlas en la puerta de los pabellones. Y todo terminó con el estallido de la burbuja inmobiliaria.

Tal y como exponen los trabajadores, en la actualidad a las panaderías no se les dan facilidades. Si bien es cierto que las que permanecieron cerradas durante el confinamiento recibieron subvenciones, la panadería Mauricio Carranza no recibió ninguna ayuda por el simple hecho de mantenerse abierta.

El próximo año, Mauricio y su mujer, que también está a cargo de la panadería, se jubilarán. Aunque tienen un hijo que podría hacerse cargo del negocio familiar, son conscientes de que deberían cambiar muchos pequeños detalles y darle un nuevo enfoque al comercio si quiere sacarlo adelante, un objetivo que figura entre sus planes.



▶ “Hemos tenido que introducir novedades y reinventarnos para poder sobrevivir”

Panadería Práxedes, más de cinco décadas repartiendo pan algabeño por la provincia

▶ La firma da empleo a cerca de 40 familias y acaban de asegurarse el reemplazo generacional al frente de la gerencia



Luz García

Práxedes Torres lleva toda su vida dedicándose a la panadería. Nació entre harinas y bollos y ahora está satisfecho porque ya no es el empresario: las riendas del negocio familiar se las ha pasado a sus hijos, Práxedes y Rocío. El negocio familiar ya va por la cuarta generación al frente, toda una proeza en los tiempos que corren, especialmente con una empresa que, como uno de sus impulsores reconoce, “es muy sacrificada. Aquí trabajamos todos los días con unos horarios muy malos y no hay domingos ni días de fiesta porque el pan se come todos los días”.

Fue Diego Torres Cabrera, el abuelo de Práxedes, quien fundó la panadería. Aunque la localización del establecimiento estaba originalmente en la calle San Antonio, el local se traspasó a la calle Sevilla, que es donde se encuentra en la actualidad.

Cuando su abuelo murió, el padre de Práxedes asumió la responsabilidad de la tienda y su tío continuó como trabajador. El siguiente en estar al mando del negocio familiar fue Práxedes, quien ha pasado de ser el dueño a ser gerente ahora, desde que recientemente fuera relevado por sus dos hijos, Práxedes y Rocío, quienes ahora dirigen la empresa.

Aunque Práxedes está contento por el reemplazo generacional, lamenta que se trate de un trabajo tan sacrificado, que ahora aún ve de manera más evidente cuando comprueba, en ciertos momentos, que sus hijos están muy agobiados. Y es que es duro, como él mismo reconoce, que “aquí no se descansa nunca”.

Haciendo balance de su periodo como regente de la panadería, el algabeño se muestra orgulloso de su trabajo. La tienda pasó de ser un negocio familiar con pocos empleados a proporcionar una estabilidad y un sueldo a 38 familias, que son las que componen la plantilla actual. Esto no ocurrió de la noche a la mañana, fue un proceso que tuvo lugar a medida que se fueron abriendo mercado, escalonadamente, por Sevilla, y repartiendo el pan prieto y la artesanía de las panificadoras algabeñas por toda la provincia, especialmente en lo que a bares y restaurantes respecta.

En la actualidad, cuentan con alrededor de trece furgonetas de reparto, que recorren diferentes zonas de la provincia a diario, teniendo como destino desde la capital a comarcas como el Aljarafe, La Vega o Dos Hermanas. Hasta allí llevan los molletes, bollos, vienas, el pan prieto algabeño, así como picos y colines.

Es cierto que el negocio ha cambiado mucho en los últimos años, introduciéndose la tecnología y nueva maquinaria para

fabricar. Pero la constancia y la dedicación siguen intactas y son la clave del éxito del negocio. Una empresa familiar que con la savia nueva está más viva que nunca.



La familia, con la imagen del padre de Práxedes, Rafael de Teresa, de fondo.

▶ “La innovación y los nuevos productos son claves para diferenciarse de la competencia”

Panificadora Purísima Concepción, más de un siglo en pleno casco urbano algabeño

▶ Joaquín Márquez regenta un negocio que fundó su tatarabuela, la Niña Luis, y ya va por la quinta generación fabricando pan prieto, pan yeyé y bollería artesana

Luz García

Es un enamorado de su trabajo, por el que siente pasión, pero tiene claro que no le gustaría que sus hijos heredaran su oficio. “Esto es muy sacrificado”, recuerda. Joaquín Márquez Velázquez es la quinta generación de panaderos de una saga iniciada por su tatarabuela, la Niña Luis, que fundó la panadería en la misma ubicación actual, algo que la convierte en una de las más antiguas de La Algaba.

Por aquella época la forma de fabricar el pan era muy distinta. “Ahora lo seguimos haciendo de manera artesanal, a mano y bollo a bollo, pero todo es diferente. El agua no es la misma, la de ahora está más tratada, y el horno tampoco es igual porque ya no está el horno moruno original. La masa y las harinas también han cambiado algo... Seguimos el mismo proceso, con su tiempo de reposo para la fermentación, pero hay que reconocer que el pan es diferente, aun siendo artesano también”, indica.

Cogió las riendas de la panadería cuando su padre se jubiló y dirige un negocio que da trabajo a cinco personas. La Panificadora Purísima Concepción, también conocida como Panadería de El Chato, no ha faltado a su cita diaria desde hace más de un siglo y si en las primeras etapas reforzaban la venta del pan con dulces, cuando Joaquín Márquez se hizo con el negocio retomó la fabricación de bollería artesana. “Mi padre no hacía dulces, pero yo recuperé recetas antiguas y fabricamos brazos de gitano, bizcochos y bollería artesana, que nos demandan mucho los clientes”, indica.

A Sevilla y provincia venden sobre todo el pan prieto y el pan yeyé, una modalidad ideada por su abuela que tiene mucha aceptación y es un término medio entre el pan prieto de masa blanda, y el bollo, que es más duro.



Está muy satisfecho con el prestigio que tiene La Algaba como referente de buen pan y no deja de reinventarse para crecer. Ha participado en muestras gastronómicas provinciales, como las de la Diputación de Sevilla, y siempre está dispuesto ampliar horizontes porque nunca se sabe lo que puede pasar. De hecho, la pandemia ha sido una prueba de fuego porque muchos de sus clientes, los bares y restaurantes, desaparecieron de golpe y la producción bajó a la mitad. Aunque quiere que la saga familiar de la panificadora acabe con él, “esto es muy sacrificado, no quiero que mis hijos se dediquen a un trabajo con unos horarios tan amplios”. Hará todo lo posible por seguir creciendo y engrandeciendo el nombre de un negocio histórico que además es uno de los referentes de La Algaba.

▶ Cuando se hizo cargo del negocio recuperó recetas de dulces y bollería artesana



Panadería Torres, un establecimiento del siglo XIX con cuatro generaciones al frente

▶ La incorporación de dulces y la venta de pan fuera de La Algaba, claves que ha fortalecido un negocio que fue fundado en 1890 y cuenta con una plantilla de siete profesionales



Luz García

Corría el año 1890 en La Algaba cuando un joven llamado Antonio Torres fundaba un establecimiento al que pondría su apellido: Panadería Torres. Dese aquel momento, en pleno siglo XIX, hasta hoy han pasado nada más y nada menos que 131 años, una cifra que la convierte en la panadería decana del municipio. Desde aquel momento hasta hoy han pasado cuatro generaciones de Torres al frente del negocio familiar.

Como bien explica Antonio Jesús Torres García, actual responsable de la panadería, el pan ha sido el medio de vida de la familia y su razón de ser. “Me crié en la panadería, un negocio que han regentado mi bisabuelo, mi abuelo y mi padre”, recuerda.

Pero su visión era diferente y estuvo trabajando en una empresa hasta que vio que o se ponía al frente del establecimiento, o la panadería acabaría su ciclo. La lealtad familiar y su afán por salvar el negocio pudieron más que la tranquilidad de un sueldo fijo y unos horarios laborales más normalizados.

Dulces y exportación

Así, tanto su mujer, Piedad Vargas Márquez, como él dejaron sus trabajos para embarcarse, hace 14 años, en el proyecto de regentar la panadería. Una iniciativa en la que Antonio venía con nuevas ideas que le llevaron a introducir novedades: empezar a fabricar dulces y vender pan fuera de La Algaba, algo que hasta entonces no había hecho su familia.

En contra de lo que pueda parecer, Antonio Jesús Márquez no se había formado en ningún lugar en repostería. “Soy autodidacta. He aprendido por mí mismo”, explica. Un aprendizaje muy productivo que lo ha convertido en el epicentro de muchas familias algabeñas, que acuden a Panadería Torres a comprar los dulces con los que coronar las celebraciones familiares.

Salir a vender fuera de La Algaba les ha hecho posible crecer y que el establecimiento tuviera mucha más demanda. Al tener que

▶ La panadería lleva abierta en el municipio desde hace 131 años



vender a bares y restaurantes de la provincia de Sevilla y la capital, Panadería Torres creció en trabajadores hasta llegar a los siete actuales, incluidos sus propietarios.

Antonio y Piedad están contentos con la marcha del negocio y con la decisión que tomaron en su día de hacerse cargo y dejar sus trabajos fijos, aunque reconocen que tienen “muchos quebraderos de cabeza” que no conocen los asalariados. Y en muchos casos ni siquiera se imaginan. Quizás por eso han querido que sus hijos amplíen horizontes y estudien, e incluso que se vayan fuera a trabajar, algo que ya empieza a hacer su hija mayor. Una senda que no es incompatible con un negocio centenario que ha demostrado que reinventarse es la clave para sobrevivir.

EL MEJOR

Premio

PARA EL

Comercio

Eres tui

#RascayRegala

#LaAlgaba



AYUNTAMIENTO DE
La Algaba

PLAN
CONTIGO