# Hidralia recibe el premio a la mejor Responsabilidad Social Empresarial

19/11/2017



DINERO Y EMPLEO 19/11/2017

SUR (DINERO Y EMPLEO)
Prensa: SEMANAL
Tirada: 27923
Valoración: 6.665 €
Sección: ECONOMIA
Difusión: 20844

Hidralia recibe el premio a la mejor Responsabilidad Social Empresarial

Andalucía Management reconoce su contribución al «desarrollo sostenible» de las comunidades en las que gestiona el agua y el «bienestar de las personas»

EMPRESAS

FERNANDO TORRES

MÁLAGA. El agua, y todo lo que le rodea, está ligada en los tiempos que corren a la sequía y a la escasez. La falta de lluvias y el preocupante nivel de los embalses llevan años en el punto de mira de las administraciones públicas, que ponen en marcha en torno a esta escasez. En este contexto existe una empresa que, precisamente por estar concienciada con estos problemas y con las comunidades en las que opera, ha recibido el premio a la Mejor Responsabilidad Social Empresarial 2017, otorgado por Andalucía Management, uno de los foros económicos más importantes de la comunidad autónoma. Se trata de Hidralia, una entidad dedicada a la gestión integral del agua que participa en 54 municipios de todo el territorio andaluz con una serie de valores que se pueden resumir en una idea: «Poner al consumidor en el centro de todas las acciones».

Así lo explica Javier Segovia Pastor, consejero delegado de Hidralia, que atiende a este periódico con motivo del premio –que recibirá el próximo jueves en un acto junto al resto de galardonados–. El responsable explica que este nombramiento es la consecuencia de la reflexión estratégica que se llevó a cabo hace dos años para cimentar el desarrollo de la compañía. «Definimos cuatro pilares básicos: la transformación digital, la apuesta por la innovación tecnológica, la sostenibilidad entre agua y recursos y la acción social». Recuerda que es aquel momento se definieron los objetivos que, obviamente cumplidos en el área técnica estaban cojos si no se incorporaba el sentido ético. «Que Andalucía Management nos premie en materia de responsabilidad social es un empujón para seguir trabajando».

Segovia apunta que, en este caso, la acción social no está centrada únicamente en darle visibilidad a la marca: «Siempre quisimos que esta sea la línea que vertebra toda la empresa, queremos poder compartir con nuestros trabajadores una misma vocación de servicio público. Hidralia trabaja para 1,3 millones de personas, y, más allá de ser un suministrador, nuestro compromiso es con sus clientes: «Aseguramos que nadie, absolutamente nadie que no pueda pagar el agua tenga ningún corte de suministro». La empresa consigue esta premisa mediante bonificaciones sociales y fondos que ayudan a familias con dificultades y pagos fraccionados. «El mayor hito de nuestra actividad social es haber articulado todos los mecanismos posibles para que ninguna familia se quede sin agua».

Otro de los objetivos que persigue la empresa, «aunque suenen idealistas», matiza Segovia, es «convertirnos en un referente en el sector» en lo relativo al bienestar de los ciudadanos y las comunidades donde Hidralia está presente». Para ello, la empresa gestiona y coordina acciones de voluntariado, proyectos de implicación con ONGs, servicios sociales de los ayuntamientos, Cruz Roja y comedores benéficos.

El mayor punto de la responsabilidad social de la compañía está en la divulgación y en la sensibilización. «Intentamos que sea los jóvenes y los escolares los que tienen que involucrarse para entender que el agua es un bien escaso y hacer un uso racional del mismo». Hidralia posee un programa propio para la formación de escolares, en el que «miles» de menores pasan por sus oficinas o reciben la visita de los técnicos con campañas de divulgación, también de igualdad y equidad en las aulas.

Javier Segovia Pastor, consejero delegado de Hidralia, durante la entrevista en la sede de Aguas de Torremolinos. :: FERNANDO TORRES

LOS DATOS

1,3
Hidralia abastece a 1,3 millones de usuarios en toda Andalucía.

54
La red de la empresa llega a 54 municipios. En Málaga está presente en Marbella, Estepona, Manilva, Algarrobo, Rincón de la Victoria, Torremolinos (Aguas de Torremolinos) y Benahavís.

760
La compañía da trabajo a 760 personas.

## La lucha contra la sequía es uno de los pilares de la empresa

:: FERNANDO TORRES
MÁLAGA. Además de innovar de forma directa con los clientes y las comunidades en las que trabaja Hidralia, su responsabilidad social empresarial también pasa por el ahorro del agua y en la creación de herramientas y mecanismos para evitar que se desperdicie un recurso, ya que en momentos de emergencia como el actual, las obras y las intervenciones se hacen con prisa y a modo de parches.

Según explica el responsable, Hidralia ha invertido una serie de recursos y en fuentes durante 20 años para mejorar las herramientas tecnológicas con las que identifican roturas y problemas en la red de abastecimiento. Para ello utilizan sistemas de presión dinámica, medidores digitales y una serie de tecnología creada exclusivamente para no derrochar agua en el transporte.

«La inversión y la tecnología hacen que, por ejemplo, seamos referente en cuanto a reducción de pérdidas en la red», Segovia explica, orgulloso, que la empresa está en el top nacional de consumidor de abastecimiento con menor número de pérdidas. «Aseguramos que cada metro cúbico que entra en la red llega a su destino». «Los problemas complejos requieren soluciones complejas», explica, reflexionando a que la sequía requiere de todas las tecnologías de forma integrada.

Andalucía Management reconoce en la edición de 2017, la labor de Hidralia para el desarrollo sostenible de las comunidades en las que gestiona el agua y el bienestar de las personas.

Hidralia realiza la gestión integral del agua en 54 municipios de todo el territorio andaluz, abasteciendo a 1.3 millones de usuarios y dando trabajo a 760 personas. Sus valores se resumen en una idea: “Ponemos al consumidro en el centro de todas las acciones”.

Javier Segovia, Consejero Delegado de Hidralia, apunta que este premio es la consecuencia de la reflexión estratégica realizada hace cuatro años donde se establecieron cuatro pilares básicos: “la transformación digital, la apuesta por la innovación tecnológica, la sostenibilidad entre agua y recursos y la acción social”. La lucha contra la sequía se ha convertido en otro punto clave en la empresa, interactuando de forma directa con los clientes y las comunidades y promoviendo el ahorro de agua mediante la creación de herramientas y mecanismos para evitar que se desperdicie un recurso escaso.

Puedes leer el resto en el artículo publicado en Diario Sur, edición impresa el 19/11/17.



Copyright© 2026 Universidad de Granada