

# V Valenciana

Comunitat

elEconomista

Revista mensual

23 de febrero de 2018 | Nº 32

## EL AZULEJO GANA 1.000 MILLONES EN VENTAS AL EXTERIOR EN 7 AÑOS

La diversificación por países y las exigencias medioambientales reactivan el debate sobre la multilocalización de la producción | P6

**Andrés García Reche**  
Vpte. ejecutivo Agencia Valenciana Innovación  
“La industria no solo tiene que adaptarse, sino reinventarse” | P12

**Bianca Dragomir**  
Directora general de Avaesen  
“España debería liderar la transición energética” | P34

Las CCAA infrafinanciadas seguirán ‘atadas’ al Estado si no hay una quita de deuda | P18

## 22. Formación

**La formación solo llegó al 13% de empleados**

Apenas el 23,5 por ciento de las empresas llevó a cabo alguna acción bonificada con cuotas

## 26. Estrategia

**Gesvending lanza su café para crecer en oficinas**

La firma invierte en instalaciones y áreas de negocio al calor de la recuperación del consumo

## 40. Sectores

**Clúster de Envase triplica socios y mira el exterior**

La asociación refuerza sus líneas de cooperación con otras entidades públicas y privadas

## 46. Medio ambiente

**Lateuaterra, 'crowdfunding' para proyectos ecológicos**

La plataforma de economía colaborativa valenciana es la primera especializada en ese ámbito

**Edita:** Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas  
**Vicepresidente:** Gregorio Peña **Director Gerente:** Julio Gutiérrez  
**Directora de Relaciones Institucionales:** Pilar Rodríguez **Director de Marca y Eventos:** Juan Carlos Serrano

**Director de elEconomista:** Amador G. Ayora  
**Coordinadora de Revistas Digitales:** Virginia Gonzalvo  
**Directora de 'elEconomista Comunitat Valenciana':** Olivia Fontanillo  
**Diseño:** Pedro Vicente y Beatriz Vicente **Fotografía:** Pepo García  
**Infografía:** Clemente Ortega

## A fondo

**La cerámica gana 1.000 millones en ventas al exterior en 7 años**

El creciente peso de mercados lejanos y de exigencias medioambientales abren el debate sobre la multilocalización de producción



06



18

## Coyuntura

**Las CCAA, 'atadas' al Estado si no hay una quita de la deuda**

Si no se articula un sistema de reestructuración para las comunidades más endeudadas, seguirán sin acceso a los mercados

## Entrevista

**Andrés G. Reche, vpte. ejecutivo Agencia Valenciana Innovación**

"La industria debe no solo adaptarse, sino reinventarse, incorporando conocimiento y haciéndose más sostenible"



12



34

## Entrevista

**Bianca Dragomir, directora general de Avaesen**

"Exportamos tecnología de vanguardia al mundo, pero España debería liderar la transición energética desde dentro"

# La Generalitat se planta en Madrid... y ante Madrid

La Generalitat sigue los consejos del empresariado de la Comunitat y lleva sus reivindicaciones hasta los núcleos de decisión: tras seis años, recupera su oficina oficial en Madrid y lo hace en pleno centro de la capital de España

**E**l Gobierno valenciano ha desplegado toda su artillería para conseguir, en el último año completo de la actual legislatura, alcanzar algunas de las reivindicaciones que ha convertido en objetivos prioritarios durante su mandato. Y lo hace siguiendo los consejos del empresariado de la Comunitat: llevar las peticiones hasta los núcleos de decisión. La Generalitat Valenciana ha recuperado su oficina oficial en Madrid, seis años después de que Alberto Fabra decidiese el cierre de la anterior -dentro del plan de ajustes por la crisis económica-, y lo ha hecho en pleno centro de la capital de España. Una oficina que, según explicó Puig en su inauguración, podrá ser utilizada por todas aquellas asociaciones y entidades con intereses en la Comunitat.

El discurso de apertura del nuevo centro tuvo como eje el principal caballo de batalla del Consell, el modelo de financiación autonómica. Los constantes vaivenes y contradicciones del Ejecutivo central, en general, y del ministro de Hacienda, en particular, y el posicionamiento de ciertas regiones en este ámbito -como Galicia- parecen haber agotado la paciencia del bipartito. Las acusaciones de “incumplimientos” y “deslealtad” contra Mariano Rajoy han

estado acompañadas, en las últimas intervenciones públicas en esta materia, por una amenaza clara: la Generalitat no aprobará el nuevo modelo si no va ligado a un sistema de compensación de la deuda vinculada a la infrafinanciación.

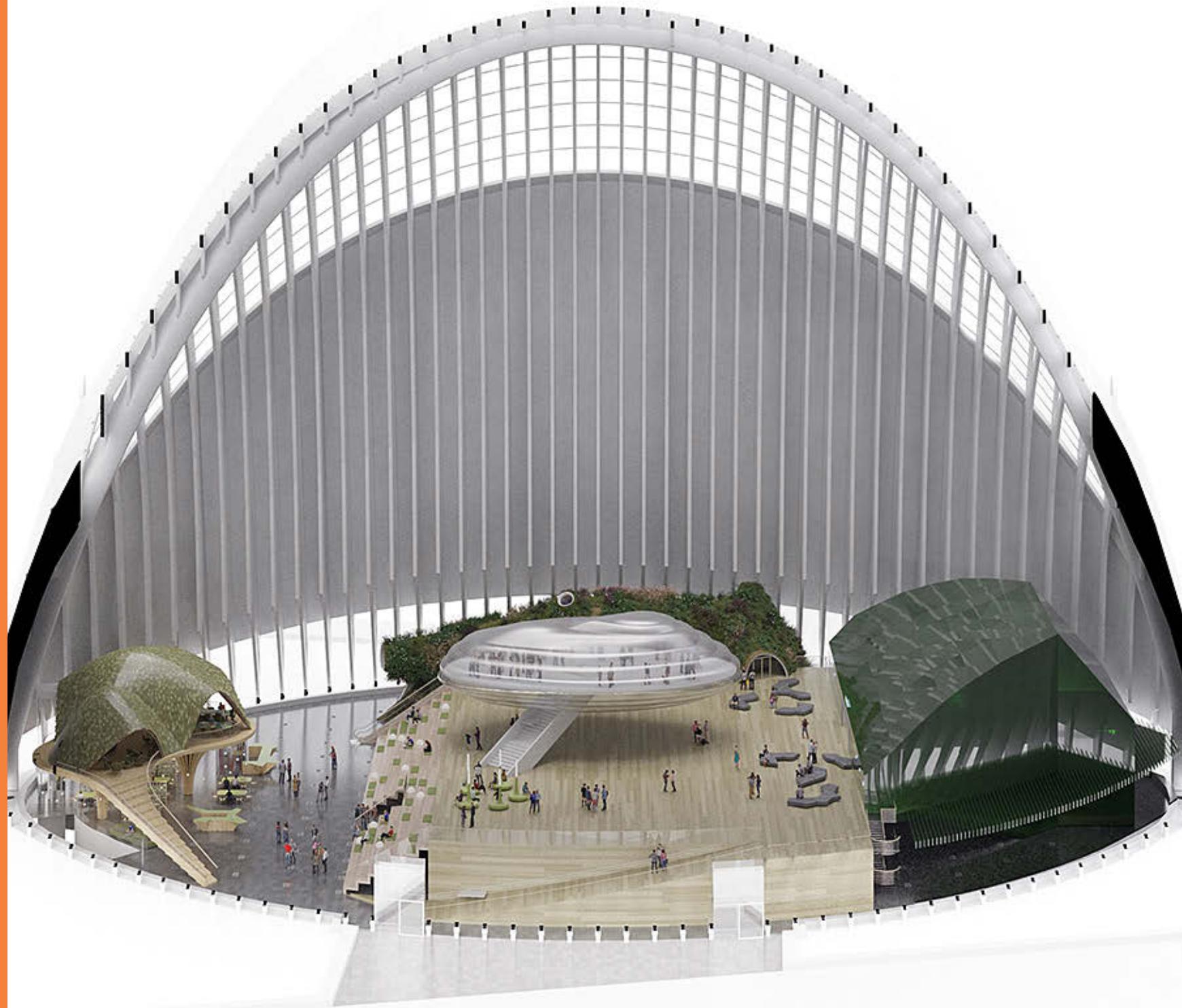
Una deuda que absorbe el 25 por ciento del Presupuesto anual de la Generalitat, por lo que actúa como “*espada de Damocles* sobre la cabeza de los valencianos” e impide reforzar inversiones en políticas económicas y de dinamización del tejido productivo, critica el conseller de Hacienda, Vicent Soler. “Lo justo no solo es arreglar aquello que no funciona, sino también los efectos que ha ocasionado ese mal funcionamiento”, reclama el conseller, que acusa al Gobierno de acogerse a “excusas de mal pagador”, como la crisis de Cataluña, para no hacer frente a las reformas.

Mientras se alcanza la solución definitiva, la Generalitat plantea una serie de medidas transitorias, entre ellas, una aportación extraordinaria para la Comunitat Valenciana -por importe mínimo de 1.325 millones-, avanzar las liquidaciones de ejercicios anteriores y clarificar la previsión de ingresos fiscales, de acuerdo con los cuadros macroeconómicos.

El Consell refuerza su presencia y su voz en Madrid, de la mano de las empresas. Ahora falta quien quiera escuchar.

## CaixaForum: una ciudad para la cultura y el ocio dentro del Ágora

El proyecto del estudio *Cloud 9*, dirigido por el arquitecto Enric Ruiz-Geli, se ha impuesto entre los nueve presentados al concurso para el CaixaForum de Valencia. Geli apuesta por diferentes espacios, con un total de 6.500 metros cuadrados: dos salas de exposiciones; un auditorio para 300 personas; aulas polivalentes; un espacio familiar y educativo; una librería, y restaurante. El centro se inaugurará a finales de 2020.



Los Hospitales Universitarios del Vinalopó y Torrevieja y los centros de salud de Crevillent (Elche), San Luis (Torrevieja) y Carlet (Alzira) son los cinco primeros centros de la Comunidad Valenciana que han sido acreditados por la Joint Commission International, la **acreditación sanitaria más prestigiosa a nivel mundial**.

En España, solo 11 hospitales y 10 centros de salud tienen esta acreditación.

Una vez más, nuestro modelo sanitario y el excelente trabajo de sus profesionales, sitúan a la sanidad pública valenciana a la vanguardia de la gestión sanitaria internacional para dar el mejor servicio a los más de 800.000 ciudadanos que todos los días confían en nosotros.

Gracias a todas y todos los que lo han hecho posible.

[somosjoint.riberasalud.com](http://somosjoint.riberasalud.com)



Organization Accredited  
by Joint Commission International

#somosJOINT





# EL AZULEJO GANA 1.000 MILLONES EN VENTAS AL EXTERIOR EN 7 AÑOS

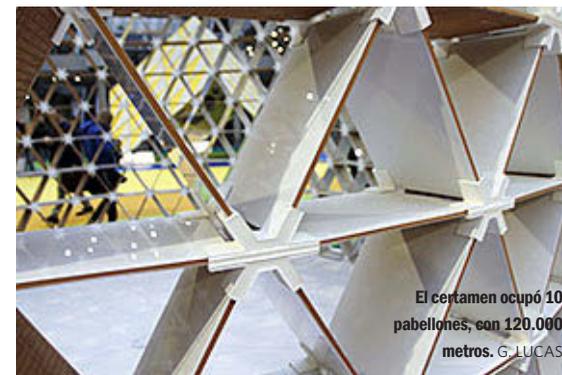
El creciente peso en ventas de los mercados más lejanos, como Asia y América del Norte, las estrictas exigencias medioambientales de la Unión Europea y el reto de mejora de la rentabilidad reactivan el debate sobre la posible multilocalización de la producción de los grupos españoles

OLIVIA FONTANILLO

Los fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos han incrementado sus ventas en 1.000 millones de euros en los últimos siete ejercicios -hasta los 3.520 millones de 2017, un 7 por ciento más que el año anterior-, gracias al esfuerzo en innovación y nuevos desarrollos y a la diversificación de mercados internacionales, que ha disparado la exportación.



'Cevisama 2018' amplió un 20 por ciento la superficie. G. LUCAS



El certamen ocupó 10 pabellones, con 120.000 metros. G. LUCAS



Acudieron 17.000 compradores extranjeros, de 65 países. G. LUCAS



El certamen superó los 90.000 visitantes profesionales. G. LUCAS

La inversión en innovación -orientada tanto a productos como a sus usos y aplicaciones, a procesos y a nuevas tecnologías, lo que ha permitido a las empresas reforzar su competitividad por diferenciación y calidad de la oferta y por costes y precios- y el esfuerzo en promoción de la marca paraguas *Tile of Spain*, para consolidarla como sinónimo de calidad y prestigio, han permitido mejorar el posicionamiento del producto español, referente en los mercados internacionales. La exportación ha pasado de representar el 57 por ciento de las ventas totales de fabricantes españoles en 2008, al 76,7 por ciento en 2017 -con 2.700 millones, de los 3.520 millones de negocio total, frente a 820 millones a nivel nacional, donde el año pasado se elevaron el 10 por ciento-, convirtiéndose en el salvavidas ante el hundimiento del sector por la crisis en España -la producción se redujo a la mitad entre 2007 y 2010-.

Los mercados europeos, principales clientes del sector azulejero español, no fueron inmunes al impacto de la crisis. En este contexto, los grupos nacionales han orientado sus esfuerzos a crecer en áreas emergentes, como los países asiáticos, y en Estados Unidos, por su gran potencial.

## El sector pide al Gobierno políticas energéticas, fiscales y laborales que apoyen a la industria

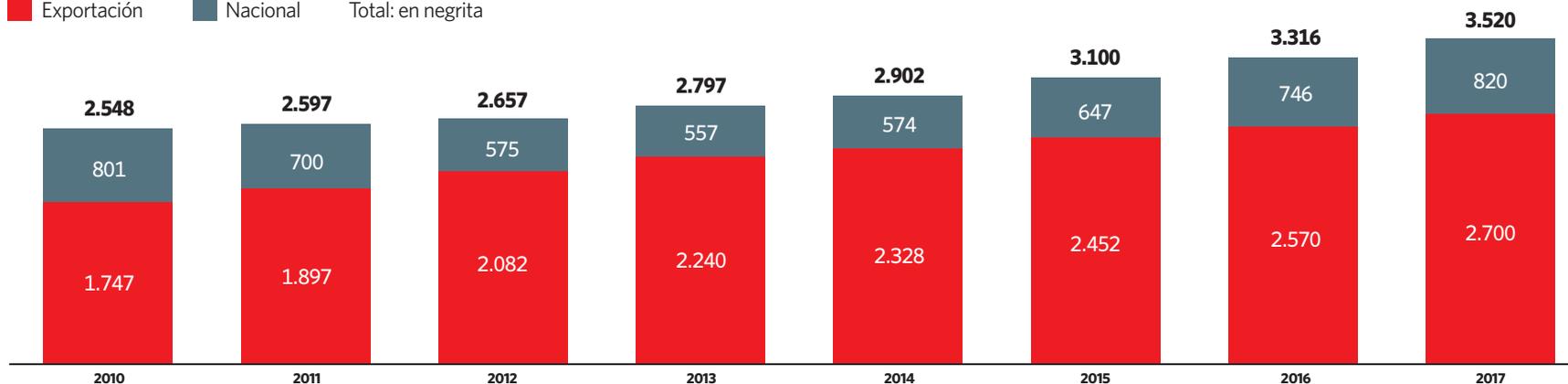
Desde 2010, las ventas a países europeos han pasado de representar el 57,2 por ciento del total al 47,7 por ciento, según las estadísticas anuales difundidas por la patronal del sector, Ascer. La cuota cedida por Europa se reparte, básicamente, entre América del Norte, que ha pasado del 5,64 por ciento al 11,6 por ciento de la exportación española total entre 2010 y 2017, y Asia, cuyo peso se ha elevado desde el 2,96 por ciento hasta el 23,8 por ciento. El resto de zonas, se ha mantenido: Oriente Próximo se mueve del 18,17 por ciento al 19,3 por ciento; África, del 10,8 por ciento al 10,6 por ciento -debido, sobre todo, a la compleja situación en Argelia-, y Oceanía, del 0,67 por ciento al 1 por ciento.

Norteamérica y Asia siguen estando en el foco de las estrategias de expansión para los próximos meses. Además, se están retomando los planes de crecimiento en la Federación Rusa -que subió un 9,2 por ciento en 2017, tras el parón de los últimos ejercicios- y en Europa del Este -donde el sector vendió un 8,2 por ciento más, rompiendo con las caídas de los últimos años, y cree que se podría volver a ver crecimientos de dos dígitos-.

# Creciente actividad del sector

Ventas (millones de euros)

■ Exportación ■ Nacional Total: en negrita



El azulejo español, presente en todo el mundo (exportación enero-noviembre 2017)

ZONA	2016 (MILL. €)	2017 (MILL. €)	EVOLUCIÓN 2016/2017 (%)	CUOTA TOTAL EXPORTACIÓN (%)
<b>Europa</b>	1.104,5	1.191,6	7,9	<b>47,7</b>
Unión Europea	931,9	1007,9	8,2	40,3
Este de Europa	140,4	152,0	8,2	6,1
<b>Oriente Próximo</b>	486,4	483,4	-0,6	<b>19,3</b>
<b>América</b>	354,7	424,1	22,7	<b>17,0</b>
América del Norte	232,1	290,2	25,0	11,6
Estados Unidos	169,9	213,2	25,5	8,5
América Central	70,3	76,1	8,3	3,0
América del Sur	43,4	57,9	33,4	2,3
<b>Asia</b>	570,3	595,9	4,5	<b>23,8</b>
<b>África</b>	335,6	264,1	-21,3	<b>10,6</b>
Magreb	225,2	162,5	-27,8	6,5
<b>Oceania</b>	22,6	24,0	6,2	<b>1,0</b>

Principales mercados por ventas

PAÍS	2016 (MILL. €)	2017 (MILL. €)	EVOLUCIÓN 2016/2017 (%)
Francia	240,8	261,5	8,6
EEUU	169,9	213,2	25,5
Reino Unido	158,0	160,8	1,8
Arabia Saudí	137,5	111,1	-19,2
Italia	85,6	97,1	13,4
Israel	89,2	94,7	6,1
Alemania	87,8	89,7	2,1
Libano	69,8	80,3	14,9
Marruecos	72,3	75,8	4,8
Rusia	66,1	72,2	9,2

Fuente: Ascer.

elEconomista

Los temores respecto a la evolución de la demanda en Estados Unidos y Reino Unido, tras sus respectivos giros en política exterior, no se han materializado, por el momento. El mercado británico cerró 2017 con un leve crecimiento, del 1,8 por ciento, hasta 161 millones, y su evolución dependerá

de las condiciones del *Brexit*. Mientras, en el caso del estadounidense, las ventas se dispararon un 25,5 por ciento, hasta 213,2 millones. Pasa a ser el segundo país por negocio para el azulejo español, con una cuota del 8,5 por ciento del total de la exportación -frente al 3,7 por ciento de 2010-

## Más adquisiciones e inversiones productivas

### Ampliación de capacidad

El crecimiento sostenido de las ventas del sector cerámico desde 2010 y la incorporación de nuevos procesos, tecnologías y formatos más grandes han impulsado las inversiones en capacidad productiva de los fabricantes españoles, lideradas por los grandes grupos del sector, como Porcelanosa, Pamesa -que absorbió TAU-, Saloni o Baldocer.

### Más de 1.000 millones

Las positivas previsiones en cuanto a evolución de las ventas en los próximos ejercicios, los todavía ajustados precios -por el impacto de la crisis-, las mejoras en eficiencia y el potencial en cuanto a rentabilidad han disparado el interés inversor en el sector cerámico español en los últimos ejercicios. Sólo en 2017, se cerraron operaciones por un montante total superior a los 1.000 millones de euros -entre ellas, la venta de Keraben al grupo británico Victoria, por 274 millones, o la entrada de la sociedad de capital riesgo Lone Star en Fritta y Esmalglass, que pagó más de 600 millones al fondo árabe Investcorp-

### Nuevas operaciones en 2018

Desde el sector se espera que el proceso de consolidación y entrada de fondos continúe en 2018. Al menos seis empresas buscan inversor, entre ellas, Halcón y Equipe Cerámicas.

En el otro lado de la balanza, están los recortes de ventas a Arabia Saudí, cuarto país de destino, donde se situaron en 111,1 millones, un 19,2 por ciento menos, y a la zona del Magreb, con un descenso del 27,8 por ciento, hasta 162,5 millones. La principal causa es el cierre, desde abril, del mercado argelino, que en 2016 ocupó el quinto lugar en exportación, con 123 millones. “Desde el primer momento, Ascer ha trasladado la gravedad del asunto tanto a la Secretaría de Comercio como a las autoridades europeas, a través de la Federación Europea, Cérame-Unie, para que tomen medidas, y se trabaja de forma estrecha con la Oficina Comercial en Argel”, explican desde la patronal.

### Políticas industriales efectivas... ¿y multilocalización?

Este creciente peso de los mercados ubicados en zonas geográficas más lejanas en un sector con altos costes logísticos, debido a las características del producto, y las estrictas medidas medioambientales impuestas por la Unión Europea a las industrias de la región -que el sector considera difícil de alcanzar, incluso aplicando las tecnologías y sistemas de producción más eficientes- han reactivado el debate interno sobre la multilocalización de la capacidad productiva. Un proceso que ya ha abordado el principal competidor del azulejo español, el italiano, cuyos principales grupos cuentan ya con plantas en diferentes partes del mundo. En el caso de las grandes compañías de Castellón, únicamente Pamesa dispone de una fábrica en el exterior, en Brasil, si bien algunos de los proveedores de fritas y esmaltes ya cuentan con centros de producción en otros países.

España es el primer productor de la Unión Europea por volumen, con 530 millones de metros cuadrados, un 9 por ciento más que en 2016 -aún lejos de los 630 millones de metros precrisis-. Sin embargo, sigue sin poder romper la distancia con la oferta italiana en cuanto a precios y rentabilidad. En 2017, el precio medio subió apenas un 1,3 por ciento, hasta los 6,59 euros por metro cuadrado, mientras en Italia supera los 12 euros por metro.

Por ello, la patronal cerámica, Ascer, reclama a las Administraciones Públicas “una apuesta clara y efectiva por la industria española como motor de la economía”, con especial hincapié en las políticas y estrategias en materia energética, “uno de los principales factores de costes de esta industria”. Entre otras medidas, el nuevo presidente de Ascer, Vicente Nomdedeu, plantea mejorar la seguridad jurídica en materia energética, condiciones que permitan planificar la cogeneración y apoyo a instalaciones que aumentan la eficiencia y ahorro energético. Asimismo, pide dar un impulso a la reforma y rehabilitación, con planes y ayudas directas, medidas



Feria Valencia reunió las últimas tendencias en diseño e I+D vinculados a la industria. G.LUCAS

**76,7**  
**La exportación ha pasado de aportar el 57% de las ventas en 2008 al 77% en 2017**

fiscales y líneas de financiación específicas. Nomdedeu añadió que “hay que seguir haciendo importantes esfuerzos de contención de los costes laborales y de adaptación industrial, que permita la necesaria flexibilidad”.

El representante del sector reiteró, asimismo, la necesidad de una mejora en infraestructuras y conectividad, para mejorar la vertebración con el resto del territorio de la Unión Europea. Entre los proyectos, destacó el Corredor Mediterráneo ferroviario, clave para los Puertos de Castellón y Valencia.

El interés internacional por el producto español tuvo un claro reflejo en la principal cita del sector en España, *Cevisama*. Su 36 edición, del 5 al 9 de febrero en Feria Valencia, batió récord de visitantes profesionales extranjeros, con más de 17.000 -de 65 países-, el 20 por ciento del total. *Cevisama 2018* contó con un 20 por ciento más de superficie, con 122.000 metros cuadrados en 10 pabellones, en los que se ubicaron 838 expositores, 506 de marcas españolas y 332 de extranjeras -un 30 por ciento más-, de 44 nacionalidades.



### José María Toro

Presidente de la Asociación Empresarial de Residencias y Servicios a Personas Dependientes de la Comunidad Valenciana (Aerte)

Es necesario generar una red de recursos que den respuesta a los requerimientos de cada persona, en cada momento. Podemos encontrarnos que haya un número elevado de personas con derecho a ser atendidos y no haya servicios donde hacerlo

# La colaboración público-privada es la única solución

La escasez de plazas para atender a las personas en situación de dependencia en la Comunidad Valenciana no está siendo tratada con la atención necesaria. Habría que poner miles de plazas en marcha para alcanzar la media española y poder atender a personas mayores, con discapacidad, con trastorno mental grave o mujeres víctimas de violencia de género. Son muchas. Son tantas que sin la cooperación real y leal entre la Administración, las entidades mercantiles y el tercer sector será imposible dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos a corto plazo.

La Conselleria de Igualdad y Políticas Inclusivas, con Mónica Oltra al frente, ha aumentado el presupuesto en los tres últimos años en más de un 43 por ciento, ha mejorado los periodos de pago a personas en situación de dependencia y está resolviendo más expedientes que nunca. Pero ésta sólo es la primera fase del proceso de atención de los servicios sociales. Una persona, con su derecho reconocido, tiene que contar con los centros y servicios adecuados para poder ser atendida en función de sus circunstancias.

El número de plazas de todo tipo en la Comunidad Valenciana es muy escaso en relación a las personas con

necesidad de apoyo para la realización de las actividades de la vida diaria. De hecho, ya hay muchas residencias y centros de día con las plazas llenas y con listas de espera.

Parece que ese sería el entorno ideal para una empresa de cualquier sector, poca oferta y mucha demanda. Sin embargo, las empresas que trabajan en servicios sociales suelen tener una visión más amplia. Junto a la necesidad de sostenibilidad económica, cumplen una función social y de responsabilidad con nuestro entorno, por lo que preocupa mucho la situación que puede producirse en la Comunidad Valenciana. Podemos encontrarnos con un número muy elevado de personas con derecho a ser atendidos y que no haya servicios donde hacerlo.

El número de personas mayores crece rápidamente año a año. Para el año 2025, se espera un aumento de 170.000 personas en la población de mayores de 65 años, según la proyección del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esto significa un crecimiento de más de un 18 por ciento hasta entonces. Las necesidades de atención a personas con discapacidad o trastorno mental grave, y no digamos en los casos de atención a mujeres víctimas de violencia de género, aumentan cada año de manera muy importante. Cubrir esa

necesidad debería ser una prioridad de la Generalitat Valenciana.

Para ello, es necesario generar una red de recursos que den respuesta a los requerimientos de cada persona en cada momento. Hay que dotar a esa red de centros de día, de residencias, de viviendas asistidas, de servicios de ayuda a domicilio, de servicios de prevención de la dependencia y fomento de la autonomía. A estos, habría que añadir un sistema flexible que permitiese pasar de uno a otro en el momento adecuado y de manera rápida, con el objetivo de que la persona se encuentre en cada momento atendido donde mejor respuesta se le pueda dar. Esto llevará al mantenimiento de los mayores durante más tiempo en su propio domicilio, mejorará los procesos de rehabilitación de personas con trastorno mental grave y protegerá, de manera más efectiva, a nuestras mujeres de la barbarie de la violencia de género.

El contexto de infrafinanciación autonómica condiciona de manera definitiva la capacidad de la Administración Pública de asumir la puesta en marcha de los centros y servicios necesarios. En ese entorno, lo lógico sería crear un clima de fomento de las inversiones privadas en el sector, que atrajera a las empresas de servicios sociales. Pero las empresas tienen muchas más cosas que aportar a la Administración que financiación. Ofrecen recursos humanos muy cualificados y motivados, unos sistemas de trabajo avanzados con alto nivel de calidad y eficiencia en la utilización de medios.

Al mismo tiempo, para alcanzar un nivel óptimo de cooperación, las entidades mercantiles tienen que compartir objetivos y fines con el sector público. Es decir, haciendo bien

nuestro trabajo podremos generar riqueza y retorno de la inversión para los accionistas, un espacio de crecimiento para las personas que forman parte de las plantillas, unos servicios de alta calidad para nuestros clientes, unas empresas atractivas para los proveedores y un impacto positivo en la sociedad valenciana.

Sin embargo, el fomento del concierto social excluyente de las entidades mercantiles, la apuesta por el cuidador no profesional en las prestaciones económicas y las constantes preferencias en la nueva ley a la colaboración con las entidades sin ánimo de lucro no van en esa dirección.

Las innumerables propuestas llevadas a cabo por la Asociación Empresarial de Residencias y Servicios a Personas Dependientes de la Comunidad Valenciana (Aerte), durante los casi tres años de Gobierno del Botánico, han venido siendo ignoradas de manera constante por parte de la Consellería de Igualdad y Políticas Inclusivas. Muchas propuestas que tenían una visión amplia y de mejora del sector no han sido tomadas en cuenta, sin profundizar en si eran positivas o no para el conjunto de la sociedad. Desgraciadamente, el tiempo nos ha dado la razón en muchas de las ocasiones.

Es necesario que la Administración abandone prejuicios, que se centre en datos objetivos, que marque los requisitos de calidad que le quiere exigir a las entidades que participen en el sistema público de servicios sociales y que sea muy exigente en su cumplimiento. Es decir, que seleccione a las entidades con las que quiere trabajar por sus niveles de calidad y de atención demostrada, y no por la forma jurídica. Para superar este desafío, hacemos falta todos.

## José María Toro

Presidente de la Asociación Empresarial de Residencias y Servicios a Personas Dependientes de la Comunidad Valenciana (Aerte)

**La Administración debe abandonar sus prejuicios y centrarse en datos objetivos; es decir, seleccionar a las entidades con las que quiere trabajar por sus niveles de calidad y de atención demostrada, y no por la forma jurídica**



G. LUCAS

# ANDRÉS G<sup>a</sup> RECHE

Vicepresidente ejecutivo de  
la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI)

OLIVIA FONTANILLO

Andrés García Reche (Cúllar, Granada, 1950) se ha situado al frente de uno de los proyectos más ambiciosos de la Comunitat Valenciana, la creación de un nuevo sistema y una nueva generación de políticas de innovación que aprovechen todo el conocimiento disponible en el territorio para impulsar su tejido productivo, sobre la base de la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI). Profesor de Economía Aplicada en la Universitat de València, García Reche fue conseller de Industria entre 1987 y 1993 -con el PSPV-, etapa en la que, entre otras acciones, sentó las bases de la actual red de institutos tecnológicos, así como del Instituto Valenciano de la Exportación (Ivex). El vicepresidente ejecutivo de la AVI defiende que “tenemos una enorme capacidad científica y tecnológica para resolver problemas que jamás nos habíamos planteado que aquí se podían resolver. Muchas veces buscamos soluciones fuera, cuando, si tuviésemos un buen sistema de innovación, no haría falta. El objetivo de la AVI es conectar, con la máxima eficacia operativa, a todos los agentes presentes en el sistema de innovación”.

**La constitución de la AVI se planteó prácticamente en los primeros pasos de la legislatura. ¿Cuándo estará operativa?**

La actividad propiamente dicha de la agencia, con su propia plantilla,

**“La industria debe no solo adaptarse, sino reinventarse, incorporando conocimiento y haciéndose más sostenible”**

arrancará en marzo. Vamos a comenzar con una estructura básica, aunque la previsión es contar con unas 40 personas cuando esté a pleno rendimiento. Aparte de las convocatorias de programas previstas, desarrollaremos una serie de actuaciones nominativas, a través de convenios. Por ejemplo, la creación de unidades científicas de innovación (UCI), de las que preveemos poner en marcha ocho este primer año. Partimos con un presupuesto inicial de 24,5 millones para 2018. Según la memoria económica, en velocidad de crucero tendría que rondar unos 150 millones. Pero, para lograrlo, hay que avanzar en otros aspectos, como el sistema de financiación. Por poner un ejemplo, solo el fondo de innovación del Gobierno de Dinamarca contaba con 250 millones en 2015.

**Afirma que tenemos buenos científicos e investigadores, pero no llegan al sector productivo. ¿Qué falla y qué propone para solucionarlo?**

El problema que tienen España, en general, y la Comunitat Valenciana, en particular, es que no solo gastamos poco en I+D, que gastamos poco, sino que lo que gastamos no se transfiere, ni de lejos, al sistema productivo. Solo llega una parte pequeña, pero no hay, en general, repercusiones potentes y sistemáticas en el sistema productivo. Como dato, en España necesitamos casi 300 publicaciones científicas en las revistas de prestigio internacional para conseguir una patente internacional -triádica-. En Alemania, la cifra es de 27; en Corea del Sur, 24; en Israel, 49, igual que en Francia. Tenemos buenos científicos, pero no están orientados a la mejora del sistema productivo, como en otros países -por ejemplo, Estados Unidos-. De todos los gastos en I+D del sistema universitario, no llega al 5 por ciento en los que participan empresas. Algo está pasando. La AVI se explica porque sus objetivos y programas se dirigen a conectar el mundo de la ciencia con los tecnólogos -que en nuestro territorio son, básicamente, la red de institutos tecnológicos, bastante potente- y con las empresas. Queremos que los científicos se incorporen activamente a la mejora del sistema productivo, para definir un modelo de crecimiento económico sostenible, integrador y eficiente, en línea con la estrategia europea. Necesitamos innovaciones de alto calado, porque estamos hablando de un cambio transcendental en los productos, en la forma de gestionar la empresa, de organizar la producción. Los científicos deben estar integrados desde el principio.

**Constantemente se advierte de que España -y, sobre todo, la Comunitat Valenciana- está retrasada en materia de innovación y digitalización.**



**“Hay una enorme capacidad científica y tecnológica para afrontar retos”**

**“Gastamos poco en I+D y, además, no se transfiere al sistema productivo”**

**“Científicos y empresas piden estrategias de innovación a largo plazo”**

**¿Estamos a tiempo de reaccionar y ser competitivos?**

Con la revolución tecnológica que se nos viene encima, se impondrán solo aquellos países que tengan un sistema de innovación muy fuerte. Ya no se puede esperar a ver qué pasa. Hay un problema grave, porque el cambio de modelo productivo no se está acometiendo. Ahora estamos creciendo mucho, pero dentro de 10 años tendremos los mismos problemas. O el modelo productivo mejora, incorporando el conocimiento, nos tomamos en serio la I+D y que llegue al sistema productivo, que no lo estamos haciendo, o estaremos fuera de los circuitos. El coche eléctrico va a venir con o sin concurso nuestro. La energía solar, lo mismo. La alimentación del futuro, ¿la inventaremos nosotros o la van a inventar fuera? La inteligencia artificial, la genética... El mundo es muy incierto, pero nosotros tenemos que tener un objetivo claro: que nuestros sectores no solo tienen que adaptarse, sino reinventarse. Tenemos que redefinir nuestra estructura productiva, incorporando valor y haciéndola más sostenible. Hay que enfrentarse al problema de fondo de la economía española, que es incorporar el valor añadido en vena, a través del conocimiento científico, añadido al tecnológico. Hasta que eso no lo tengamos claro, no vamos a tener éxito.

**¿En qué modelo de gestión de la innovación se ha inspirado la AVI?**

Somos pioneros en Europa en acciones como la creación de unidades científicas de investigación. Creemos que estamos construyendo un modelo que va a ser una referencia para el resto de España. Tenemos 953 grupos de investigación en la Comunitat, entre las siete universidades, los institutos tecnológicos y los 11 centros del CSIC, y vamos a contar con todos ellos. El conocimiento es ahora más importante, incluso, que lo era antes, porque lo que se nos avecina, la gran oleada de tecnologías que viene, algunas muy maduras y otras en proceso de maduración, que, además, se interconectan entre sí, va a tener un impacto muy fuerte en toda la estructura productiva. Y no hablo solo de la industria, hablo de todo. La robótica, el Internet de las cosas, la inteligencia artificial, los nuevos materiales, la nanotecnología, la realidad virtual y la realidad aumentada... todo esto ya es un hecho. Nosotros tenemos sectores potentes en nuestra Comunitat, como, por ejemplo, el agroalimentario, somos buenos constructores, tenemos bienes de consumo importante, como el calzado o el textil, y tenemos un área de salud que hay que desarrollar sí o sí. Entre otras cosas, porque más del 30 por ciento de toda nuestra investigación está orientada al área de salud y medicina y conexos y, sin embargo, no tenemos el sector productivo. Con el



G. LUCAS

“La AVI conectará todas las patas: **científicos, tecnólogos y empresas**”

“En la región hay 953 grupos de investigación y **contamos con todos ellos**”

“Pueden surgir alternativas tecnológicas y de innovación que **ni soñábamos**”

conocimiento que tenemos ahora no es suficiente. Son los científicos los que nos pueden ayudar en esta nueva fase a que el impacto inicial de esa oleada de tecnología que se avecina, desde el coche eléctrico a la inteligencia artificial, no solamente impacten en los sectores tradicionales de manera controlada, sino que se saquen ventajas competitivas.

### ¿Cómo se articularán y financiarán las unidades científicas de investigación?

Partimos de la constatación de que no se dedican suficientes recursos financieros ni humanos a la vertiente de investigación aplicada a la industria, que es la que nos interesa desarrollar desde el punto de vista del crecimiento económico en nuestra zona. Nosotros insertaremos en los centros de investigación una unidad científica cuyo único objetivo sea innovar y desarrollar tecnologías, sin que el centro detraiga recursos humanos ni financieros de sus líneas, y, además, conectada con institutos tecnológicos y con el tejido empresarial de nuestra Comunitat. Eso puede generar alternativas tecnológicas y de innovación que hasta ahora ni soñábamos. El Instituto de Ciencia Molecular o el de Física Corpuscular, ¿pueden hacer algo por el textil? ¿Por nuestro automóvil? ¿Por la alimentación? La respuesta es en todos los casos sí, pero nadie había hecho nunca este ejercicio. Se hicieron unas 90 reuniones con representantes de las tres partes. Todos lo entendieron y lo apoyaron. Era un clamor general, pero nadie sabía cómo afrontarlo. Queremos que la decisión de lo que se va a trabajar en cada UCI no sea solo del centro de investigación, sino que haya un seguimiento por parte de los institutos tecnológicos colaterales y que haya representantes de las organizaciones empresariales implicadas en una comisión de seguimiento, para opinar y proponer. Las decisiones se adoptarán con participación de las tres partes. Al final, junto a la red de universidades, de centros tecnológicos y del CSIC, tendremos otra red de instituciones en el sistema de innovación. Habremos introducido un nuevo agente en el sistema. Los costes se cubrirán en un porcentaje elevado desde la AVI, pero con indicadores, con resultados. No vamos a financiar cosas que no funcionen. Si alguna no funciona, se eliminará.

### ¿Qué otros programas plantea la AVI para sentar las bases de ese futuro sistema de innovación a tres bandas?

Otro tipo de actuaciones piloto que reflejan bien lo que quiere la agencia son los diálogos tecnológicos, entre profesionales de un determinado centro o



actividad, tecnólogos y empresas. En el seno de las empresas y en el de la Administración Pública hay una gran capacidad de demandar innovación. Por ejemplo, en el Hospital General de Valencia nos hemos encontrado con la posibilidad de hacer mejoras y de generar innovaciones que no están desarrolladas y que se pueden abordar con los centros científicos y tecnológicos y con las empresas. Se han identificado cinco proyectos, entre ellos, un centro de simulación de operaciones quirúrgicas. En una segunda fase, se verá si es necesario generar, mediante un programa de Compra Pública Innovadora (CPI), una respuesta del mercado para desarrollar esa innovación. Con este sistema, garantizamos que aquello que se vaya a producir tenga una necesidad previa detrás, por organismos que están dispuestos a incorporarlo. La AVI los ha sentado a dialogar, los ha conectado, y, una vez hecho eso, financiará los proyectos. Una tercera línea estratégica es el programa de *agentes de innovación*, un grupo de profesionales que se pondrá a disposición de las asociaciones empresariales, parques, clústeres,

**“Hemos definido un modelo pionero que será referencia en el resto del país”**

**“Empezamos con 24,5 millones; en velocidad de crucero tendrían que ser 150”**

cámaras... con la función principal de reforzar el nexo con el conocimiento disponible. Serán formados por la AVI y contratados por las asociaciones, pero con financiación elevada por nuestra parte. Tener gente especializada, formada, que conozca la oferta de conocimiento disponible en la Comunitat y la base empresarial existente. Hay una experiencia previa de la patronal valenciana, la CEV, con la UPV, que funciona muy bien. Las experiencias que han dado resultados razonables hay que replicarlas. Vamos a extenderla, con una red bien formada. Hay necesidad y demanda y, cuando empiece, será mucho mayor. También vamos a financiar doctorados empresariales.

**Otro de los objetivos es impulsar la compra pública innovadora. ¿Cuál es la estrategia en esta línea?**

Existen sistemas o innovaciones no desarrollados o con un precio que dificulta el acceso, bien se trate de innovaciones sustanciales o que mejoren lo que hay. Vamos a ofrecer los servicios técnicos y de consultoría de la AVI a las Administraciones Públicas para definir el inventario de innovaciones que pueden acogerse a este tipo de programa, coordinando y promoviendo inventarios y sistemas de CPI, junto con investigadores y tecnólogos. También habrá ayudas financieras para esa finalidad.

**¿Cómo se va a articular la financiación de proyectos y las ayudas a empresas en estas materias?**

Por un lado, se articularán fondos colateralizados con el Instituto Valenciano de Finanzas (IVF), para financiar proyectos que pensamos que se deben desarrollar. En cuanto a la financiación de tecnólogos contratados por las empresas y doctorados empresariales, la financiación puede rondar el 50 por ciento. En el caso de los agentes de innovación, como están orientados a entidades sin ánimo de lucro, puede llegar al 80 por ciento. Siempre dependerá de las circunstancias, necesidades y capacidad.

**Dado su papel estratégico para el desarrollo económico y social, ¿cree que es posible un gran pacto político por la innovación?**

Lo que quieren los científicos y los empresarios es una estrategia de innovación a largo plazo. Un cambio de Gobierno puede conllevar cambios, pero el mensaje no sería el correcto. La AVI depende directamente de Presidencia y en el consejo están presentes todos los agentes, empresarios, sindicatos, universidades, centros de investigación, institutos tecnológicos y la Administración. Se ha alcanzado un alto grado de consenso.



## Norauto amplía sus servicios con túneles de lavado

Norauto, la cadena de mantenimiento y equipamiento integral del automóvil, abre su primer túnel de lavado, *Norauto Wash*, convirtiéndose, con sus 50 metros de largo, en el más grande de España. De esta forma, la compañía diversifica su línea de negocio e incluye dentro de su desarrollo estratégico la limpieza automovilística. El sistema recupera el 90 por ciento del agua utilizada en cada lavado, mediante un proceso de separación de residuos y depuración.

## Quinton prevé multiplicar por cinco sus ventas en EEUU

Laboratorios Quinton ha seleccionado a Quicksilver Scientific, líder en sistemas nutricionales avanzados, como distribuidor exclusivo del agua de mar *Original Quinton* en Estados Unidos. En 2017, la firma facturó 263.000 euros en este país, un 46 por ciento más que el año anterior. "El acuerdo con Quicksilver Scientific permitirá multiplicar por más de cinco las ventas en 2018, superando el millón y medio de euros", afirma Francisco Coll, director de Laboratorios Quinton.

## CaixaBank: línea de 100 millones para farmacias

CaixaBank y el Muy Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Valencia (Micof) han ampliado su convenio de colaboración para promover el acceso al crédito del sector y mejorar su competitividad. Se activa una línea de financiación de 100 millones para que las más de 1.200 farmacias valencianas puedan avanzar los pagos de la factura farmacéutica y afrontar sus demandas de crédito, así como la mejora en las condiciones de financiación.

## Libra GP promueve 250 viviendas en Valencia

Libra Gestión de Proyectos, especializada en la promoción y construcción de viviendas en régimen de cooperativa en España, está desarrollando más de 250 viviendas en distintas zonas de desarrollo en la ciudad de Valencia, como Malilla, Patraix, Quatre Carreres y Grao de Valencia. Su director general, Miguel Palmero, afirmó que "la mayoría de ellas están vendidas prácticamente antes de que se inicie la construcción de los edificios".

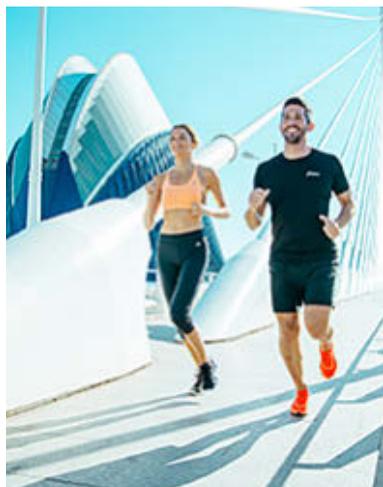
## Turismo València impulsa el producto de 'shopping'

La Fundación Turismo València, en el marco de la estrategia de programas de producto turístico, lidera la creación del programa de *shopping*, para estructurar la oferta comercial de la ciudad, dinamizarla y ponerla al alcance de los turistas. De esta manera, haciendo más visible y atractivo el conjunto de propuestas comerciales, se facilita el consumo y se eleva el gasto del turista en compras en la ciudad y la rentabilidad de la actividad en las empresas.



## Wuolah capta un millón de euros de financiación

La plataforma de intercambio de apuntes para estudiantes Wuolah, que en la actualidad está siendo apoyada por Lanzadera -la aceleradora impulsada por Juan Roig-, ha cerrado una nueva ronda de inversión por valor de un millón de euros. El objetivo es afianzarse en España, ampliar su plantilla y dar el salto a Latinoamérica. La *startup* cuenta con más de 400.000 usuarios y ha generado 18 millones de descargas de documentos.



## Plan de Entrenarme con exdeportistas profesionales

Entrenarme, primer buscador de profesionales del deporte de España, con 15.000 perfiles, crea *#EntrenaConTuldolo*. Se podrá acceder a una selección de exdeportistas profesionales con los que contratar sesiones personalizadas. Se trata del mayor programa de empleabilidad para este colectivo de la historia de España, que subvencionará a 500 deportistas adscritos al Consejo Superior de Deportes, federaciones y clubes deportivos.



## Tiba abre en Hong Kong su séptima oficina en Asia

La multinacional logística española Tiba ha abierto una nueva oficina en Hong Kong, la séptima en Asia, tras las de Shanghai, Shenzhen, Ningbo, Xlamen, Tianjin y Qingdao. La operación responde al crecimiento de importación en el Puerto de Hong Kong y de exportación del aeropuerto, principal punto de salida de carga aérea del sur de China. Tiba está presente en 17 países, con 46 oficinas. Su objetivo es alcanzar 25 países y 50 oficinas en 2020.



## Alianza de Istobal con Andretti Petroleum en EEUU

Istobal, grupo líder en soluciones de lavado y cuidado para la automoción, se posiciona en Estados Unidos como proveedor del grupo empresarial del legendario piloto de automovilismo Mario Andretti. A través de su filial en este país, ha iniciado una alianza comercial con el grupo Andretti Petroleum para suministrar equipos de lavado a sus estaciones de servicio y ofrecer servicios de valor añadido a su red de concesionarios.



## Meetwork ofrece talleres gratuitos a emprendedores

Meetwork ha presentado su iniciativa *Talleres gratuitos para emprendedores*, en los que profesionales de diferentes áreas ofrecerán sus conocimientos a grupos de personas que deseen aprender o reconducir sus empresas. Se tratarán temas como asesoría jurídica, laboral, contable, abogacía, cómo elegir proveedor, cómo gestionar el tiempo, la importancia de las redes o la economía colaborativa. Los talleres se realizarán en el Hotel Mas Camarena de Paterna.

# LAS CCAA, 'ATADAS' AL ESTADO SI NO HAY **QUITA DE DEUDA**

Si el nuevo modelo de financiación no se complementa con un sistema de reestructuración de la deuda de las comunidades con peores ratios, éstas seguirán sin tener acceso a los mercados

O. FONTANILLO



La Comunitat es la primera por endeudamiento sobre el PIB. G. LUCAS

**E**l nuevo modelo de financiación autonómica tiene que ir vinculado a una reestructuración de la deuda de las comunidades con mayores ratios, vinculada, “en gran parte, a la insuficiencia general” del actual sistema. “No es realista pensar que sin una reducción de su deuda las comunidades más endeudadas puedan volver al mercado a medio plazo”, advierte el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) en un informe sobre esta materia. En esta línea, avisa de que “algunas comunidades discriminadas financieramente arrastran, además, los efectos de la financiación per cápita sistemáticamente por debajo de la media, y continuarán en esa situación en el futuro si no se mutualizan sus deudas”.

“El endeudamiento acumulado impide, actualmente, a muchas comunidades acceder a los mercados financieros y las mantiene dependientes de los mecanismos extraordinarios de financiación creados por el Estado en el momento de mayor gravedad de la crisis”, añade.

Esa necesaria reestructuración de la deuda “requiere, para ser eficaz, que el nuevo modelo de financiación ofrezca garantías de suficiencia estática y dinámica a las comunidades, sin discriminación alguna. Una posibilidad en ese sentido es que contemple -como se ha hecho en países federales europeos, como Alemania y Austria-, transferencias de fondos condicionadas a la reducción del *stock* de deuda. La primera transferencia podría ser un porcentaje igual para todas las comunidades de la insuficiencia de recursos padecida para financiar los servicios públicos fundamentales en el periodo 2009-2016. La segunda cubriría la deuda derivada de la infrafinanciación relativa padecida por las comunidades con niveles de recursos por habitante ajustados inferiores a la media y un gasto per cápita también por debajo de la media, ya que son comunidades que han ajustado su gasto a sus menores ingresos, sin que se incurra de esta forma en un problema de riesgo moral. Para que el objetivo de volver a los mercados sea alcanzable, el importe de las transferencias en el momento inicial debería situar el *stock* de deuda sobre ingresos corrientes de cada comunidad por debajo de la ratio requerida para volver a tener *rating* de inversión de las agencias más relevantes”, detalla el documento.

## Insuficiencia de ingresos

Para apoyar este planteamiento respecto a la deuda, el Ivie apunta que el incremento de la deuda pública de las comunidades de régimen común desde 2009 -cifrado en 174.068 millones-, “no tiene su origen en un exceso

de gasto, sino en una insuficiencia de ingresos” para mantener los servicios mínimos por habitante, “que se eleva a 176.656 millones”. El informe indica que esta circunstancia “es muy relevante para evaluar el riesgo moral de una reestructuración de la deuda autonómica que contemple una compensación de la misma, pues las comunidades se encuentran endeudadas a pesar de que su gasto real en 2016 es solo el 85 por ciento del inicial”.

En esta línea, el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas destaca que la Comunitat Valenciana se encuentra mucho más endeudada que la media, aunque gasta un 8 por ciento menos por habitante en el periodo 2009-2016. En concreto, desde la entrada en vigor del actual modelo de financiación, en 2009, la deuda de esta región casi se ha triplicado, superando ya los 45.000 millones de euros.

“Esa trayectoria resulta de combinar el retroceso de los ingresos tributarios en la crisis económica -particularmente grave en la economía valenciana-, como consecuencia de la correspondiente caída de las bases tributarias, con la limitada autonomía normativa y de gestión de las comunidades para responder al hundimiento de sus ingresos. Esta circunstancia se ha visto agravada por la minoración del Fondo de Suficiencia que realiza la Administración Central para compensar las subidas de los impuestos indirectos que ella misma controla y después comparte con las autonomías. Dicha compensación, contemplada en la Ley 22/2009, ha sido realizada sin atender a las circunstancias financieras extraordinarias derivadas de la crisis”, explica el estudio.

En los últimos años, se aprecia un cambio de tendencia que, para continuar, debe mantener una adecuada combinación de control del déficit y crecimiento económico, señala el Ivie.

## Grandes diferencias entre regiones

El informe del Instituto destaca grandes diferencias entre comunidades autónomas, tanto entre las forales y las de régimen común como entre estas últimas. La Comunitat Valenciana se sitúa en segunda posición en el ranking de comunidades autónomas por deuda pública per cápita y la primera en la clasificación por nivel de endeudamiento sobre el PIB y sobre ingresos corrientes.

“Si se comparan los ratios de deuda pública per cápita y deuda pública sobre el PIB, se advierte que las comunidades con menos renta por habitante empeoran en el segundo ranking. Así sucede en el caso de la Comunitat Valenciana -que pasa de la segunda a la primera posición-, Castilla-La

## Nivel de endeudamiento de las CCAA

Tercer trimestre de 2017

Deuda pública per cápita

CCAA	EUROS
 Cataluña	10.175
 C. Valenciana	9.004
 Islas Baleares	8.114
 Castilla-La Mancha	7.048
Media total CCAA	6.134
 Aragón	5.931
 Murcia	5.854
 Navarra	5.806
 Cantabria	5.164
 Madrid	4.999
 La Rioja	4.850
 Castilla y León	4.822
 País Vasco	4.752
 Galicia	4.113
 Asturias	4.079
 Andalucía	4.018
 Extremadura	3.947
 Islas Canarias	3.460

Deuda pública sobre PIB

CCAA	PORCENTAJE
C. Valenciana	40,9
Castilla-La Mancha	36,4
Cataluña	35,1
Islas Baleares	30,8
Murcia	29,2
Media total CCAA	24,7
Extremadura	23,3
Cantabria	23,1
Andalucía	21,9
Aragón	21,6
Castilla y León	20,4
Navarra	19,0
Asturias	18,8
Galicia	18,6
La Rioja	18,4
Islas Canarias	16,6
Madrid	14,9
País Vasco	14,6

Deuda p. sobre ingresos corrientes\*

CCAA	PORCENTAJE
C. Valenciana	327,7
Cataluña	288,8
Islas Baleares	246,7
Castilla-La Mancha	244,4
Murcia	201,1
Media total CCAA	192,1
Aragón	179,6
Madrid	173,1
Castilla y León	146,3
Andalucía	142,1
Cantabria	138,2
La Rioja	130,1
Galicia	124,6
Navarra	116,7
Asturias	116,1
Islas Canarias	106,9
Extremadura	106,0
País Vasco	103,9

(\*) La ratio de deuda pública sobre ingresos corrientes corresponde al año 2016. Se ha calculado a partir de los ingresos corrientes publicados por la IGAE (SEC-2010) eliminando la devolución de recursos del modelo derivada de liquidaciones negativas y la aportación de Navarra.

Fuente: Banco de España, INE, IGAE e IVIE.

elEconomista

## Con el actual modelo de financiación, de 2009, la deuda de la Comunitat casi se ha triplicado

Mancha, Murcia, Extremadura, Andalucía, Cantabria, Castilla y León, Asturias y Canarias. Lo contrario sucede a las comunidades ricas, que mejoran en la ordenación basada en la relación entre la deuda pública y el PIB, porque su nivel de renta es mayor”, explica el texto.

Un ejemplo de lo señalado es Cataluña, que tiene una deuda por habitante un 13 por ciento superior a la valenciana, pero la pagaría dedicando a ello 127 días de la renta anual de su población, mientras que los ciudadanos de la Comunitat deberían dedicar 151 días de su renta para amortizar la suya, según las estadísticas de la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (AIReF).



## La PAC deja sin ayudas del pago directo a la tercera parte de los beneficiarios, según AVA

La reforma de la Política Agraria Común (PAC), aprobada para el período 2014-2020, “está resultando sumamente negativa para los intereses de los agricultores valencianos, si se observa la evolución a la baja del número de beneficiarios de las ayudas del llamado pago directo desde la entrada en vigor de la nueva legislación. En los últimos tres años, la tercera parte de los potenciales receptores en la Comunitat Valenciana de este tipo de subvenciones se ha visto paulatinamente excluida, tal como se desprende de los datos oficiales”, critica la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja). La organización explica que la orden de convocatoria de ayudas para este año de la Conselleria de Agricultura fija los posibles solicitantes en unos 60.000, cuando en 2014 -según cálculos del Ministerio- ascendía a 91.296. Cristóbal Aguado, presidente de AVA, cree que “se trata de una muestra más de que la PAC no responde a las necesidades de la agricultura mediterránea. Tal como está concebida, el 50,4 por ciento de la superficie agraria de la Comunitat, algo más de 334.000 hectáreas, no percibe ningún tipo de ayuda directa de Bruselas”.



## El 92% de las empresas valencianas confía en aumentar sus exportaciones en 2018

El 79 por ciento de las empresas valencianas incrementaron sus exportaciones el pasado ejercicio y la mayoría de ellas encadena tres años consecutivos de crecimientos en negocio exterior. La previsión es optimista para el futuro más inmediato: el 92 por ciento espera aumentos en su actividad internacional este año, según las conclusiones de un estudio recogido en el *Anuario del Observatorio de Marcas de la Comunitat Valenciana 2017* -impulsado por el Club de Marketing del Mediterráneo (CMM)-, a partir de 200 entrevistas a empresas de diferentes sectores de actividad. Para el 36 por ciento de las empresas encuestadas, las exportaciones representan ya más del 50 por ciento de sus ventas totales, mientras que para un 38 por ciento suponen entre el 20 y 50 por ciento de la facturación. La asociación señala que “las empresas valencianas consideran la marca como un factor que adquiere cada vez más importancia para competir en mercados internacionales. Asimismo, es destacable la consolidación de los nuevos canales de distribución, como el *ecommerce*, para la actividad exportadora de las empresas”.



## AJEV lanza la segunda edición de ‘Operación Consolida’ para jóvenes empresas

La Asociación de Jóvenes Empresarios de Valencia (AJEV) ha abierto la segunda convocatoria de *Operación Consolida*, programa de formación y mentorización dirigido al crecimiento y consolidación empresarial. Es un programa gratuito, con el que diez empresas tendrán la oportunidad de recibir formación y mentorización a través de reconocidos empresarios con gran experiencia y trayectoria. Los requisitos para participar son ser una empresa con un mínimo de dos años de actividad, que esté ubicada en la Comunitat Valenciana y que el empresario no supere los 45 años de edad. También tienen cabida en el programa jóvenes empresarios que se encuentren al frente de un cambio generacional en empresas familiares. El plazo de inscripción está abierto hasta el 23 de marzo. “Dividimos el programa en las ocho principales áreas de trabajo que todo empresario debe dominar: captación de talento, innovación, ventas, productividad, transformación digital, comunicación, finanzas e impacto social”, comentan Merche Navarro y Ana Carrau, vocal y vicepresidenta de AJEV, respectivamente, y responsables del desarrollo de *Operación Consolida 2018*.



Rosendo Ortí con Isabel Giménez, directora general de la FEBF. EE

## CAIXA POPULAR SUMA EMPRESAS AL CAPITAL PARA GANAR SOLVENCIA

La cooperativa de crédito busca inversores que le permitan reforzar sus recursos propios, ante las crecientes exigencias normativas en Europa. La caja espera incorporar entre 15 y 20 empresas y limita a un máximo del 12 por ciento el peso conjunto que podrán tener en su capital

O. FONTANILLO

**C**aixa Popular ha abierto las puertas de su capital a empresas privadas como vía para reforzar sus recursos propios, ante las crecientes exigencias en materia de capital impuestas por la normativa europea. Eso sí, con unos claros límites, para mantener sus principios y estrategia y evitar injerencias externas en la gestión. “Serán entidades muy seleccionadas, que compartan nuestros valores, con liquidez, preferentemente clientes -es difícil que una empresa que no lo sea, entre- y con un peso máximo entre todas de entre el 10 y el 12 por ciento. Nunca permitiremos que controlen el capital”, detalló Rosendo Ortí, director general de la entidad.

El ejecutivo explicó, en un encuentro celebrado en la Fundación de Estudios Bursátiles y Financieros (FEBF) de Valencia, que esta iniciativa tiene como referente al Grupo Mondragon, que aplica las mismas limitaciones en cuanto a peso y control en el capital. En enero, Caixa Popular dio entrada a las primeras tres empresas y el objetivo es sumar entre 15 y 20 en un máximo de año y medio, con una aportación conjunta de entre 1,5 y 2 millones de euros.

Hace dos años, la entidad financiera ya aprobó la entrada en el capital como socios de particulares no clientes. La aportación mínima en el caso de las empresas se establece en 50.000 euros, por encima de los 15.000 euros fijados para los particulares y los 3.000 euros, para las cooperativas.

“La rentabilidad es la misma para todos los socios: una parte de intereses y otra de retornos cooperativos. Todos los interesados se someten a un test de idoneidad y conveniencia, porque es un producto complejo”, informó Ortí.

El pasado ejercicio, los socios de Caixa Popular obtuvieron una rentabilidad del 2,61 por ciento. “En 40 años nunca hemos cerrado con pérdidas”, subrayó.

En cuanto a una posible desinversión, Ortí explicó que el procedimiento habitual será casar el interés del vendedor con otro inversor interesado. “Para garantizar la liquidez, si existe una urgencia, la organización tiene mecanismos para poder comprar esa participación y tenerla en cartera hasta que encuentre otro comprador”, apuntó.

Caixa Popular cerró el ejercicio 2017 con crecimientos en negocio que le han llevado a la primera posición entre las cooperativas de crédito valencianas por volumen de activos. La caja rural se anotó un beneficio bruto de 10,1 millones de euros, un 25 por ciento más que en 2016, con mejoras en los ratios de eficiencia -que se situó en el 60,22 por ciento- y rentabilidad -con un ROE del 11,62 por ciento-. El volumen de depósitos alcanzó los 1.350 millones de euros, un 3 por ciento más que un año antes, y las inversiones crediticias se situaron en 864 millones, con un aumento del 10,34 por ciento.

La entidad tiene 190.000 clientes y una red de 70 oficinas, a las que prevé sumar otras dos este año.



# LA FORMACIÓN BONIFICADA SOLO LLEGÓ AL 13% DE EMPLEADOS

En 2016, solo el 23,5 por ciento de las empresas de la región llevaron a cabo algún tipo de acción financiada con cuotas para formación y utilizaron únicamente el 69 por ciento del crédito al que podían acceder, pese a los crecientes retos en cualificación planteados por los cambios tecnológicos y la digitalización.

O. FONTANILLO

Las últimas cifras sobre el aprovechamiento de las acciones formativas a que tienen derecho las personas trabajadoras en la Comunitat Valenciana reflejan “una grave infrautilización” de estos recursos, según denuncia la Secretaría de Formación y Empleo de CCOO PV. En concreto, en 2016 solo 39.066 empresas de la región llevaron a cabo algún tipo de formación bonificada, apenas el 23,5 por ciento de las potenciales beneficiarias, con un total de 244.388 profesionales participantes -el 12,6 por ciento de la población ocupada-. Además, utilizaron un crédito por valor de 43,8 millones de euros, el 69,8 por ciento del máximo al que podían acceder.

“Se trata de una herramienta poderosa que pagamos los trabajadores y no nos permiten aprovechar. Hemos financiado estas acciones con las cuotas de formación a través del pago por nómina del 0,1 por ciento -más el de las empresas, del 0,6 por ciento, cantidades que retiene el Estado- y es responsabilidad de las empresas ponerlas en marcha”, criticó Ana García Alcolea, secretaria de Empleo y Formación del sindicato. El importe total gestionado por el Ministerio de Empleo en concepto de cuotas para la formación ronda los 1.900 millones de euros.

El sindicato defiende que la formación en los centros de trabajo es un derecho de los trabajadores que “reforzará su cualificación” y les “facilitará la adaptación a los cambios tecnológicos y permitirá hacer frente a la brecha digital. En este momento de cambio de paradigma es fundamental que podamos ejercer nuestro derecho a actualizarnos, a mejorar nuestra formación y a promocionar profesionalmente”, afirmó.

Por ello, CCOO PV ha programado seis jornadas técnicas en diferentes territorios destinadas a cualificar a sus representantes en la reclamación y defensa del derecho a la formación en los centros de trabajo. El objetivo es capacitarles para hacerlo, “en un contexto de cambios vertiginosos que exigen formación adecuada y de calidad para mantener el empleo y promocionar en la empresa. La representación legal de los trabajadores debe poder realizar propuestas a las empresas de acciones formativas que cofinancian con las cotizaciones de sus propios trabajadores. El interés es común”, destaca el sindicato.

## Grandes empresas y micropymes

En conjunto, las grandes empresas son el segmento que más proporción de su crédito para formación consumió en 2016, seguidas de las microempresas. El sector donde se produjo un mayor consumo del crédito disponible entre las empresas formadoras es el del comercio. Las acciones formativas tuvieron, como media, 16,6 horas de duración, cuatro horas y media menos que en 2015. De los 244.388 trabajadores formados, el 56,5 por ciento fueron hombres.



**Carlos Catalán**

Director Asistencial Corporativo  
de Ribera Salud

Para los ciudadanos, los problemas prioritarios son las listas de espera y los profesionales. Es paradójico que la prioridad del Consell sea la reversión de las concesiones por decisión política, cuando han demostrado más eficiencia y calidad

## CIS valenciano y sanidad. ¿Quo Vadis?

Recientemente, se han publicado los resultados del *CIS valenciano*, el barómetro del Consell, en el que la sanidad aparece como la segunda preocupación de los valencianos, por detrás del desempleo. El 83 por ciento de los encuestados considera que la principal prioridad de la política sanitaria debería ser la reducción de las listas de espera, seguido en un 65 por ciento por la contratación de más profesionales, y tan sólo un 16 por ciento cree que la reversión de los conciertos debe ser un tema prioritario.

Los ciudadanos encuestados hacen un certero diagnóstico de los problemas más acuciantes: las listas de espera y los profesionales. En el primer caso, les preocupan los excesivos tiempos de espera para ser atendidos por un especialista por primera vez, para la realización de una prueba diagnóstica o una intervención quirúrgica.

Estos largos tiempos de espera son consecuencia de una población cada vez más envejecida, con enfermedades crónicas, que reclama los servicios sanitarios con mayor frecuencia, y que el modelo de gestión actual no es capaz de asumir. Ante este reto de cronicidad, la tendencia en las listas de espera es que vayan en aumento.

En los departamentos con concesión administrativa, como los gestionados por Ribera Salud -los de Alzira, Elche y Torreveja-, los resultados de los tiempos de espera demuestran que un 90 por ciento de los pacientes son intervenidos con una media de 46 días, frente a los 103 días que registran los centros de gestión directa. Por otro lado, el 70 por ciento es atendido por un especialista en los primeros 30 días, frente a los 50 días de los centros gestionados directamente por la Conselleria. Todo ello, según los datos oficiales de Sanitat.

Resulta paradójico que la prioridad del Consell sea la reversión de estos departamentos por decisión política, cuando han demostrado una mayor eficiencia y calidad, como avala la Sindicatura de Cuentas. Una decisión política que sorprende, máxime cuando coexiste un modelo de colaboración público-privada como Muface, en el que más de dos millones de funcionarios pueden elegir entre el Sistema Nacional de Salud o una aseguradora privada, y el 85 por ciento prefieren esta última, por sus tiempos de espera, entre otros factores.

La historia reciente nos da lecciones: cuando los políticos no escuchan a los ciudadanos acaban por dedicarse a construir castillos en el aire o aeropuertos a los que no llegan aviones.

# 31 'EMPRESAS QUE CAMBIAN EL MUNDO'

La Red de Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana edita el libro 'Empresas que cambian el mundo', que analiza nueve grandes retos para la industria y la sociedad y ejemplos de innovaciones y desarrollos de empresas orientados a hacerles frente

O. FONTANILLO

**E**l mundo cambia a través de la innovación y ésta no es exclusiva de grandes organizaciones con muchos recursos. Para demostrarlo y poner en valor a las empresas de diferentes perfiles, características y sectores que están logrando importantes avances en algunos de los grandes retos a los que se enfrentan la industria y la sociedad, la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana (Redit) ha editado el libro *Empresas que cambian el mundo*. La publicación pretende "ser un homenaje a las entidades que se atreven, con el apoyo de los centros tecnológicos, a avanzar a través de la innovación", destaca Cristina del Campo, directora general de Redit.

Se trata de una iniciativa pionera a nivel nacional, ya que pone el foco en la

innovación desarrollada por las pymes, editada en castellano y en inglés. Con nueve capítulos y 240 páginas, recoge análisis de expertos de los institutos tecnológicos de la Comunitat sobre las transformaciones que se avecinan. Además, se presenta una selección de 31 empresas que explican alguno de los proyectos y tecnologías que están llevando a cabo para hacer frente a los grandes retos definidos: mundo hiperconectado; movilidad y transporte inteligente; fabricación avanzada; nuevos materiales; desafío medioambiental y energía; hábitat inteligente; salud y medicina de precisión; envejecimiento activo, y alimentación del futuro.

"Todos los que están, son, pero no son solo ellos. Se trata de una pequeña muestra. Los institutos de Redit trabajan con más de 12.000 empresas y se



El mundo de la innovación, la empresa y la política se reunió en la presentación del libro 'Empresas que cambian el mundo', presidida por Ximo Puig. EE

desarrollan 800 proyectos cada año. Los ejemplos y experiencias recogidos en el libro demuestran que las empresas tienen en los institutos tecnológicos aliados y herramientas para abordar proyectos innovadores. El objetivo era poner en valor la aportación de nuestros centros, de la mano de expertos redactores, para hacer la información accesible y atractiva a todo tipo de lectores. Para conseguir el mayor alcance posible, se hará una versión en *ebook*, que estará disponible en primavera”, detalla Del Campo.

La Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (Redit) es una asociación que integra y representa a los 11 centros tecnológicos de la región y que tiene como misión contribuir al desarrollo del conocimiento y su aplicación en la sociedad, en las empresas y demás agentes, mediante la puesta en valor de la I+D+i generada. “Para la industria valenciana, no es posible ausentarse de la innovación, confiar en que copiar de los demás es suficiente y seguir un rumbo que solo conduce a la más absoluta dependencia”, subrayó el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, durante su intervención en el acto de presentación de la publicación.

Puig destacó que, por ello, el Consell está reforzando su apuesta por la innovación. En los Presupuestos para 2018 de la Generalitat, se recogen 36,1 millones de euros para los institutos tecnológicos y otros 24 millones para la Agencia Valenciana de Innovación (AVI), cuya actividad arrancará este mes de marzo con el objetivo de reforzar el sistema valenciano de I+D+i. “Confiamos en poder volver en 2019 a las cifras de inversión en I+D previas a la crisis”, afirmó.

La red de institutos tecnológicos valenciana cuenta con más de 100.000 metros cuadrados dedicados a la innovación y una potente infraestructura científico-tecnológica, con más de 100 laboratorios y 20 Observatorios Tecnológicos, de Mercado y Tendencias al servicio de las empresas. “Tenemos una infraestructura de apoyo a la investigación para la pyme única a nivel de la Unión Europea y debemos protegerla e impulsarla, con una estrategia a largo plazo, al margen de ciclos políticos”, reclamó Fernando Saludes, presidente de Redit.

A la presentación del libro en Valencia, celebrada en la sede del *hub* de innovación *Innsomnia*, en la Marina Real, ante 200 invitados del mundo de la investigación, la empresa y la política de la Comunitat Valenciana, liderados por el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, siguió otra en el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, con asistentes de todo el territorio nacional. Además, está previsto un tercer acto oficial en Bruselas, que tendrá lugar en el mes de abril.



Cuatro de las empresas innovadoras expusieron su experiencia ante los 200 asistentes a la presentación. EE



El presidente de la Generalitat conoció ejemplos de colaboración entre institutos tecnológicos y empresas. EE

Empresas  
que cambian  
el mundo.

**REDIT**

El libro consta de 240 páginas, en nueve capítulos. EE

# GESVENDING LANZA SU PROPIO CAFÉ PARA CRECER EN OFICINAS

La recuperación del consumo permite al grupo de 'vending' impulsar sus planes de expansión, con inversiones en instalaciones y áreas de negocio. Planea reforzar su presencia en Andalucía y Baleares

O. FONTANILLO



**G**esvending Group, líder en la Comunitat Valenciana en soluciones *vending* -venta en máquinas autoexpendedoras-, afronta 2018 con planes de crecimiento basados tanto en la consolidación y expansión de sus delegaciones -ubicadas en Andalucía, Baleares y Cataluña-, como en nuevos proyectos de *vending* y de servicio de café a empresas. Entre sus grandes apuestas, está el reciente lanzamiento de su propia marca de café, Il Cafinito, y la distribución de la máquina de café para oficinas Sarista en exclusiva para la Península Ibérica, con los que busca asentarse en el mercado OCS (*Office Coffee Service*), explica Natalia Fuentes, gerente de Gesvending.

La ejecutiva señala que la facturación global del grupo de empresas -que operan en venta y reposición de máquinas de *vending*, tiendas *vending* 24 horas, máquinas de café y zumo para hostelería y reposición de consumibles- rondó el pasado ejercicio los 11,6 millones de euros y el objetivo es alcanzar, en 2020, los 15 millones. "En el plan estratégico se ha establecido un crecimiento para este año de en torno al 10 por ciento, por los proyectos y colaboraciones que ya tenemos acordados a principios de 2018, y, para los próximos dos años, planteamos avances anuales del 8 por ciento", detalla Fuentes.

La recuperación económica y del consumo se ha traducido en una reactivación de las ventas de unidades de máquinas para uso en empresas, centros públicos y hostelería, prácticamente paralizadas durante los años de la crisis.

"La compañía dio sus primeros pasos en 1989, por iniciativa de mi padre, Jesús Fuentes, y dos socios, y se consolidó como empresa en 1993. El punto de inflexión fue el acuerdo de distribución de las máquinas de café de Saeco para la Comunitat Valenciana. Hasta el año 2008, fuimos creciendo, hasta vender cerca de 1.000 máquinas al año. En 2009, esta cifra se redujo a la mitad. Desde 2014, estamos recuperando volumen de ventas, de manera que el año pasado llegamos ya a 738 máquinas comercializadas, tanto nuevas como por renovación del parque. El objetivo para 2018 es superar las 800 unidades y, para 2020, recuperar las cifras de unidades vendidas antes de la crisis. En cuanto a la línea de negocio de maquinaria propia, contamos con 5.000 máquinas en propiedad para prestar los servicios de *vending* y de café a empresas, y hemos fijado un crecimiento de 450 máquinas por año para los próximos tres ejercicios".

"Uno de los puntos diferenciales de Saeco frente a otros competidores es la apuesta por usar café en grano de calidad recién molido, para garantizar el



EE

mejor sabor. Fue una innovación en su momento, que otras compañías han replicado”, indica Fuentes.

La máquina Sarista permite llevar el café en grano también a oficinas. El café se distribuye en pequeños botes, con diferentes opciones que pueden cambiarse en función de los gustos del consumidor, de forma similar a las cápsulas. Gesvending lleva dos años trabajando en el diseño y adaptación de esta máquina, dirigida, sobre todo, a autónomos y empresas con entre uno y cinco empleados.

Además, cuenta ya con tres variedades de su café con marca propia, ll

## Las tiendas ‘vending 24 horas’: la fórmula que permitió superar la crisis

En 2009, cuando ya se dejaban sentir los efectos de la crisis económica, uno de los distribuidores de máquinas de café Saeco en España, con sede en Toledo, lanzó una nueva idea de negocio, las tiendas ‘vending’ 24 horas. La buena acogida del modelo les llevó a franquiciarlo, con un sistema en el que el emprendedor no abona cuotas a la enseña, sino solo los gastos de máquinas, mantenimiento y reposición. “Los impulsores de la fórmula daban cobertura al centro de la Península y contactaron con nosotros para desarrollar este negocio en las zonas donde Gesvending tiene presencia. Esta fórmula nos ayudó a salvarnos de la crisis económica. Había mucha gente en paro, buscando opciones de autoempleo, y muchos locales cerrados a precios asequibles”, explica Natalia Fuentes, gerente de Gesvending.

En la provincia de Valencia, hay unas 200 tiendas de este tipo. “Ahora vemos gran potencial de crecimiento de esta fórmula en Baleares y Andalucía, donde se hace mucha vida en la calle. Están funcionando muy bien, sobre todo en zonas turísticas, porque se trata, en gran parte, de compra por impulso”, detalla. Por ello, “hay que cuidar el emplazamiento, la imagen y la reposición de producto, para captar el interés de los consumidores”, señala la ejecutiva.

Cafinito, *gourmet*, original y descafeinado. “El objetivo es hacer crecer la marca y ampliar la gama de cafés. Queremos recuperar una parte del mercado que ahora está cubierta por el café en cápsulas para el café natural en grano”, señala.

En esta línea, la compañía ha llegado a acuerdos de comercialización de su café en comercios de venta al público -por ejemplo, en el Mercado de Ruzafa de Valencia o en Castellón-, “aunque nuestro objetivo es un cliente profesional”, destaca.

El plan estratégico para los próximos tres años de la firma pone el acento en consolidar las delegaciones de Andalucía y Baleares, sin descartar, a medio plazo, la apertura de otras oficinas en España. “Vemos mucho potencial, tanto en máquinas de *vending* como en puntos 24 horas”, indica Fuentes.

“Nos planteamos un modelo de crecimiento en forma de mancha de aceite. Vamos a estar presentes en eventos y ferias profesionales, para promocionar nuestra oferta y hacer nuevos contactos. Por ejemplo, en febrero tuvimos un stand en la feria internacional de la cerámica, *Cevisama*, para darnos a conocer entre la industria azulejera”, apunta.

## Nuevas instalaciones

Las nuevas líneas de negocio y la recuperación de la actividad en las tradicionales han llevado a la firma a ampliar sus instalaciones en el Parque Tecnológico de Paterna (Valencia). Tareca Vending, una de las empresas del grupo, acaba de mudarse de una nave de 800 metros cuadrados a otra con 5.800 metros cuadrados. Además, mantiene, en otro edificio independiente, las oficinas de Gesvending y una tercera nave, en el mismo complejo empresarial.

Las diferentes empresas de Gesvending Group suman un centenar de trabajadores en plantilla, que espera también incrementar en los próximos ejercicios.

El capital de las empresas del grupo se reparte entre la familia Fuentes y Javier Viana -que tiene una participación del 2 por ciento en Gesvending y del 18 por ciento en Tareca Vending-. “Hemos tenido contactos de inversores interesados en entrar en el capital, pero, de momento, no contemplamos esta opción. En su momento, mi padre nos preguntó si queríamos dar continuidad a la empresa. En diez años, he pasado por diferentes puestos, hasta que, en 2014, asumí la gerencia de Gesvending y mi hermana, Carolina, entró como directora de Recursos humanos del grupo”, indica Fuentes.

# PROTECCIÓN DE DATOS, UN DESAFÍO PARA LA INDUSTRIA

La nueva normativa europea, que entra en vigor en mayo, contempla sanciones que pueden alcanzar los 20 millones de euros o el 4% de la facturación anual para las empresas que no cumplan con las obligaciones establecidas

EL ECONOMISTA

**M**ayor protección del usuario en el tratamiento de los datos, nuevos requerimientos en el consentimiento, notificaciones sobre brechas de seguridad y la nueva figura del Delegado de Protección de Datos (DPO) son cuestiones que están encima de la mesa de todas las empresas para la adaptación de su política al nuevo Reglamento General de Protección de Datos, que entrará en vigor el 25 de mayo de 2018 y prevé sanciones que alcanzan los 20 millones de euros o el 4 por ciento de la facturación anual a las empresas que no cumplan con lo establecido en esta norma. Una regulación que se completará, en breve, con el futuro Reglamento de ePrivacy, que se está debatiendo en la Comisión Europea.

Isabel Martínez Moriel, asociado senior y responsable del área de Privacy, IT & Digital Business de Andersen Tax & Legal, destaca que la norma sobre ePrivacy necesita “una puesta en común de todos los agentes implicados que impida volver atrás en el uso y posibilidades que ofrece Internet. La industria tiene que dar un paso adelante en autorregulación de servicios generales y propuestas que permitan a los usuarios entender qué datos se tratan y con qué finalidad”.

Andersen Tax & Legal ha elaborado un informe sobre los puntos a tener en cuenta en la empresa de cara a la entrada en vigor del RGPD y está llevando a cabo una serie de jornadas sobre las implicaciones del cambio normativo. La próxima se celebrará el 6 de marzo en Valencia, junto al Club para la Innovación de la Comunidad Valenciana, con 50 asistentes.



Cualquier empresa, europea o no, que preste sus servicios a residentes en la Unión Europea y que tenga acceso a cualquier tipo de datos personales, deberá implementar las medidas técnicas y organizativas necesarias para el cumplimiento de lo establecido en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (RGPD). Martínez Moriel explica que el RGPD será de aplicación a responsables y encargados de tratamiento situados fuera de la UE que traten datos de carácter personal de residentes europeos con destino dentro o fuera de la UE. En algunos casos, los operadores situados fuera de esta zona deberán nombrar a un representante para que actúe en ella.

Además, requiere del consentimiento expreso de los titulares de datos y atribuye al responsable la obligación de demostrar que lo ha recabado correctamente, así como de notificar previamente y de forma transparente al interesado si se recaban datos de carácter personal.

Recoge, de esta forma, nuevos derechos en favor de los titulares de datos, entre los que destaca “la minimización en la recogida de datos”, el “derecho a la portabilidad” o el “derecho al olvido”, e incluye nuevas obligaciones para los encargados de tratamiento, como el mantenimiento de registros de actividades de procesamiento bajo su propia responsabilidad, la cooperación con la autoridad correspondiente y la puesta a disposición de la información, en caso de solicitud, y la notificación por parte del responsable de cualquier brecha de seguridad, algo que debe realizarse ante la autoridad competente en un plazo no superior a 72 horas desde que se tenga conocimiento de ella.

Una de las cuestiones más controvertidas es la del Delegado De Protección De Datos. La mayoría de empresas con un volumen de tratamiento de datos o tamaño significativo, así como instituciones públicas, deberán designar un delegado de protección de datos (DPO). Podrá ser un trabajador de la empresa o podrá externalizarse a un tercero.

El RGPD reconoce, además, las Normas Corporativas Vinculantes como un medio para la legitimación de transferencias internacionales dentro de un grupo de empresas y establece el sistema de ventanilla única, de forma que cualquier empresa situada fuera de la Unión Europea solo tendrá que tratar con una única Autoridad de Protección de Datos como interlocutora.

En cuanto al futuro Reglamento de ePrivacy, Martínez Moriel sostiene que afecta de forma más directa a las empresas, ya que se aplica a todos los datos de comunicaciones electrónicas e introduce un consentimiento más



Isabel Martínez Moriel, asociado senior de Andersen Tax & Legal y responsable del área de Privacy, IT & Digital Business; José Luis Piñar, catedrático de Derecho Administrativo, delegado de Protección de Datos del Consejo General de la Abogacía Española y titular de la Cátedra Google sobre Privacidad, Sociedad e Innovación, y Jesús Aspra, Managing Director de Weborama. EE

## La normativa incluye más obligaciones en consentimiento y notificaciones sobre brechas de seguridad

estricto para la publicidad digital, al que se debe someter cualquier empresa, europea o no, que preste sus servicios a residentes en la UE y tenga acceso a cualquier tipo de datos, sean personales o no.

La experta hace hincapié en las adaptaciones que va a experimentar el tratamiento de metadatos, es decir, cualquier información relativa al contenido intercambiado o transmitido en una comunicación electrónica y los datos utilizados para rastrear e identificar el origen y el destino de una comunicación. En concreto, los metadatos y los datos obtenidos para la elaboración de perfiles a través de *cookies* y de identificadores en línea pasan a considerarse datos personales.

También se refiere a la necesidad de consentimiento explícito del usuario, que es más riguroso en el Reglamento de ePrivacy que en el Reglamento Europeo de Protección de Datos. Las empresas deben recabarlo para cada uno de los usos que se vaya a hacer de los datos.

# CHARTER SUMA 28 TIENDAS MÁS EN 2017

La red de supermercados franquiciados de Consum superó el año pasado las previsiones anuales de facturación, con 242,6 millones de euros, un 13,5% más que en 2016. Las previsiones para 2018 contemplan un incremento del 8% en volumen de ventas y la apertura de 30 nuevos centros

EL ECONOMISTA

**C**harter, la red de supermercados franquiciados de Consum, cerró el pasado ejercicio con una facturación de 242,6 millones de euros, con un crecimiento del 13,5 por ciento respecto a 2016, superando las previsiones del grupo. La red se amplió con 28 nuevos supermercados -que aportan 7.000 metros cuadrados de superficie comercial- situándose en 262 centros, ubicados en las regiones de Cataluña, Comunitat Valenciana, Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha y Aragón. En base al buen funcionamiento de la franquicia y el ritmo de aperturas que está registrando en los últimos ejercicios, Consum prevé para 2018 un crecimiento en red de 30 nuevas tiendas y del 8 por ciento en ventas, hasta superar los 263 millones de euros, detallan fuentes del grupo.

La marca Charter se centra en poblaciones de mediano tamaño, zonas turísticas, barrios urbanos de las grandes ciudades y gasolineras. El perfil de estos establecimientos es el de un supermercado familiar, con entre 200 y 500 metros cuadrados de sala de ventas. De las 28 nuevas tiendas abiertas el año pasado, 15 se ubican en Cataluña; cuatro, en la Comunitat Valenciana; otras cuatro, en Castilla-La Mancha; tres, en Murcia, y dos, en Andalucía.

Con esta franquicia, Consum "cubre el objetivo de dar servicio a las pequeñas poblaciones y barrios urbanos que no disponen de población suficiente para la presencia de un gran supermercado, pero que necesitan una buena instalación a su medida donde realizar sus compras diarias. La cooperativa cumple de esta forma con su misión social: estar siempre cerca del consumidor", destaca la entidad.



Las tiendas Charter tienen a su disposición toda la gama de productos Consum y sus clientes pueden beneficiarse de todos los descuentos y promociones del programa *Mundo Consum*.

Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo, con 680 supermercados, entre propios y franquiciados. En 2016, facturó 2.344 millones de euros, un 10,5 por ciento más que el

año anterior, con un beneficio de 46,8 millones. Con más de 3 millones de socios-clientes y 13.504 trabajadores, Consum es el único grupo de distribución con el *Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (Efr)*. Además, ha sido certificada con el sello *Top Employers* por cuarto año consecutivo, como una de las *Mejores Empresas de España para trabajar*.



G. LUCAS

# CONFEINDUSTRIA PIDE UN PACTO PÚBLICO-PRIVADO POR LA INDUSTRIA

La confederación considera que, en un contexto de recursos limitados en la Comunitat, es fundamental definir estrategias y medidas concretas para mejorar la competitividad de la industria, con consenso y cooperación entre los agentes públicos, privados y el sistema de ciencia e innovación

O. F.

La falta de presupuesto “es una debilidad que está paralizando políticas industriales ya emprendidas y en fase de desarrollo -como el *Plan Estratégico de la Industria Valenciana*, *La Agenda 4.0 de la Comunitat* o el *RIS3-CV*-. Es momento de valorar fórmulas de colaboración público-privadas que permitan la ejecución y puesta en marcha de acciones que están paradas por la falta de liquidez de la Administración”, exige la Confederación de Organizaciones Empresariales Industriales de la Comunidad Valenciana (Confeindustria), que reúne a los sectores de cerámica, textil, calzado, mueble y metal.

La organización insta, asimismo, al Consell a que “optimice

los escasos medios disponibles, para intentar hacer más con menos, porque no se puede garantizar un futuro próspero en una sociedad avanzada sin una industria potente, que sea uno de los principales tractores de arrastre de nuestra economía”.

En este contexto, Confeindustria reclama un gran Pacto por la Industria de la Comunitat que propicie políticas encaminadas a aumentar su peso en el PIB. “Dicho acuerdo deberían suscribirlo partidos políticos, Administraciones, sindicatos, organizaciones empresariales y el sistema valenciano de ciencia y tecnología, y garantizaría una estabilidad de las políticas públicas más allá de ciclos legislativos, para generar un progreso estable y un mantenimiento del bienestar social”.

La entidad considera que el Gobierno valenciano debería definir “objetivos suficientemente ambiciosos para configurar un mapa industrial de la Comunitat Valenciana, a día de hoy, necesario y prioritario. Una hoja de ruta que mejoraría la competitividad de las empresas y de los puestos de trabajo que generan, a la par que aseguraría su efecto arrastre hacia el resto de sectores de la economía”.

Entre las medidas estratégicas que Confeindustria considera necesarias para la reactivación industrial contempla la puesta en marcha de un plan director en el que, a semejanza del Plan de Industrialización del País Vasco, quepan todas las actuaciones realizadas por las distintas Consellerías; dotar de plurianualidad a los planes y convocatorias, para dar estabilidad a los actores principales destinatarios de la política industrial, e impulsar toda la batería de medidas contempladas en los documentos de *Agenda 4.0*, *RIS3-3* y *PEIV* señaladas como estratégicas, más allá de su definición conceptual.

Para avanzar, Confeindustria se compromete a elaborar un documento, a modo de hoja de ruta, que recoja una apuesta por la industria; la transformación digital; la internacionalización; un mercado energético competitivo y con un marco legal predecible; una regulación medioambiental inteligente, sencilla y ágil; mayor coordinación entre las Administraciones y entre sus niveles; la mejora de la formación profesional, ocupacional y continua; la necesidad de invertir en infraestructuras, y el refuerzo de los institutos tecnológicos.



## Walkerpack y Món Orxata reciben el 'Premio DONAiDONA' por su compromiso social

La cuarta edición de los *Premios DONAiDONA* ha tenido como galardonados a Walkerpack, empresa de servicios que gestiona parte de la cadena logística de Ford, y Món Orxata, empresa de chufa y horchata artesanal en carritos de venta ambulante. Estos reconocimientos, entregados por la Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia (Evap), distinguen a aquellas empresas que han destacado por su compromiso social con las mujeres en riesgo de exclusión social y víctimas de violencia de género. En palabras de Eva Blasco, presidenta de Evap, “*DONAiDONA* es el vehículo a través del cual las empresarias, directivas y profesionales que integramos Evap retornamos a la sociedad parte de lo que la sociedad nos da. Es nuestro compromiso sincero y total con la sociedad valenciana”. La ceremonia de entrega de los premios se celebró en el Centro Cultural la Beneficencia de Valencia, con asistencia de 200 personas del mundo empresarial, político y social valenciano. Algunas de las empresas que han recibido el reconocimiento en ediciones anteriores han sido Consum, Dispromerch, Danone o Access, entre otras.



## Publicado el libro 'Solidaridad y compromiso. Diez acciones con alma cooperativa'

La Confederació de Cooperatives de la Comunitat Valenciana (Concoval) ha presentado el libro *Solidaridad y compromiso. Diez acciones con alma cooperativa*, que recoge el compromiso de las cooperativas valencianas con su entorno social, cultural y medioambiental a través de diez proyectos solidarios, protagonizados por cooperativas de distintas clases, tamaños y sectores. Con esta publicación, escrita por Vicente Küster y prologada por la catedrática de Ética y Filosofía de la Universitat de València, Adela Cortina, Concoval pretende dar visibilidad a la labor silenciosa de las cooperativas para mejorar su entorno más próximo. Para su presidente, Emili Villaescusa, “el libro es una pequeña muestra, pero equilibrada, de la acción social del cooperativismo valenciano. Son solo diez ejemplos entre las más de 2.000 cooperativas que hay actualmente en la Comunitat, pero hay en el libro proyectos de todo el territorio, de todos los sectores y de todas las actividades económicas. Las cooperativas sabemos que si no cuidamos el entorno más cercano, el recorrido es corto, porque somos parte del lugar donde ejercemos nuestra actividad”.



## 'Hello Code' fomenta la presencia de la mujer en programas de formación técnicos

La Asociación Valenciana de Startups y Geekshubs Academy celebraron, en la sede del Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de la Comunidad Valenciana, el evento *Hello Code Women Edition*, dirigido a fomentar la presencia de la mujer en programas técnicos. Según Chaume Sánchez, fundador de la plataforma de formación GeeksHubs, “en 2020 habrá cerca de 900.000 puestos por cubrir, que requieren cualificación tecnológica adaptada a las necesidades de digitalización de las empresas. Hoy esta formación no es la que se está dando en las Universidades”. Esta situación se agrava si pensamos en términos de género. “Sólo el 3 por ciento de los alumnos son mujeres”, indicó. Con una formación adecuada, la necesidad de perfiles técnicos cualificados implicará que estos obtengan salarios más elevados. Pero esto puede suponer un problema, ya que, “si no fomentamos el interés de las mujeres por este sector, la brecha entre hombres y mujeres se hará mucho más grande”, destacaba Ana Carrau, conectora en la Asociación Valenciana de Startups y promotora del evento, con Inspiradas, comunidad que reúne a mujeres emprendedoras.



ESTAS FIESTAS  
EMPÁCHATE  
DE MÚSICA, LUZ  
Y COLOR

qué bueno saborear  
lo mejor de

*Las fallas!*

**consum**  
qué bueno ser  
*diferente!*

# BIANCA DRAGOMIR

Directora general de la Asociación Valenciana de Empresas del Sector de la Energía (Avaesen). 'European Cluster Manager of the Year 2016'.

OLIVIA FONTANILLO

Bianca Dragomir (Brasov, Rumanía, 1984) asumió, en mayo de 2013, la dirección general de la Asociación Valenciana de Empresas del Sector de la Energía (Avaesen), que integra a más de 100 empresas de energías renovables, economía circular, ciclo del agua, gestión de residuos y *smart cities*, con una facturación agregada que supera los 3.000 millones y más de 6.000 empleos. Avaesen ha visto reconocida su labor en la Unión Europea con la elección como *Clúster Embajador de la UE* para 2016-2018. Al mismo tiempo, Dragomir fue nombrada *European Cluster Manager of the Year 2016*, entre más de 500 directores de clústers, convirtiéndose en la primera mujer con este reconocimiento. Además, formará parte del *High Level Industrial Roundtable Industry 2030*, grupo de 20 expertos que codiseñarán, junto a altos cargos europeos, una estrategia industrial europea más sostenible, inteligente e integradora. El grupo está presidido por la Comisaria Europea de Industria, Emprendimiento, Empleo y Pymes, Elzbieta Bienkowska.

**¿Qué supone para Avaesen este reconocimiento de su labor y liderazgo a nivel de la Unión Europea?**

Estamos muy ilusionados porque, como *Asociación Embajadora* de todos los clúster europeos -unos 2.500- podemos hacer hincapié en la importancia del



GUILLERMO LUCAS

**“Solo es posible un cambio de modelo si todos colaboramos”**

**“Hay que fomentar las cadenas de valor entre sectores”**

sector de las tecnologías limpias y fomentar las cadenas de valor intersectoriales, una de las tendencias. Esto va muy en línea con la política de clusters europea, pero también con la política de reindustrialización o modernización industrial, uno de sus pilares. Como asociación, participamos en varios proyectos europeos y también en foros, como el Foro Europeo del Día de la Industria, el 23 de febrero en Bruselas, con 600 entidades de toda Europa, representantes de todos los sectores, cuyas conclusiones se reflejarán en el marco financiero de la nueva política industrial, que se anunciará el 29 de mayo. Como proyectos destacados, desde hace dos años lideramos *Energy in Water*, partenariado estratégico de nueve clusters de energía y agua. Se trata de ver las necesidades tanto de las industrias como de las ciudades y aportarles soluciones. Además, hemos puesto en marcha

**“Exportamos tecnología de vanguardia al mundo, pero España debería liderar la transición energética desde dentro”**

un proyecto con la Agencia Europea de Teledetección, para que se creen esas cadenas de valor entre el sector energético, el del agua y el *big data* y poder liderar las innovaciones que se generen. El modelo de Avaesen está inspirando a las empresas y asociaciones de otros países, como Hungría, Rumanía, Reino Unido, Alemania, Portugal e Italia.

### ¿Qué estrategias y líneas de trabajo han llevado a Avaesen a esa posición de liderazgo entre los clúster europeos?

En 2013, cuando me incorporé a la asociación, cambiamos el modelo desde dentro, escuchando mucho, desde la necesidad de las empresas, de la industria y de los municipios. Me encontré un desorden perfecto para poder innovar y crear lo que hemos creado, con muchas oportunidades. En el ámbito de energías renovables, las empresas buscan los mercados donde mejores condiciones encuentran, tanto en ejecución como en plazos. En España hubo un momento con cero proyectos, cero recursos y cero financiación. Hubo que redefinir estrategias y ver cómo hacer más con menos. Como asociación, no hemos parado: hemos participado en proyectos europeos, abierto nuevos nichos y nuevos mercados a nivel internacional, trabajamos con los municipios... Una de las claves fue el enfoque intersectorial, porque teníamos que abrir negocio para las empresas energéticas, en sectores como el industrial -plástico, textil, automoción-, hotelero, comercial... Gracias a ello, y a pesar de las barreras legislativas y la falta de compromiso del Gobierno nacional con el sector de las renovables, nuestras empresas han encontrado nichos de mercado en diferentes sectores, como eficiencia energética, y en la internacionalización. Al fin y al cabo, con energía se hace todo y hay un amplio abanico de oportunidades. Este es el sector del futuro. A diferencia de los últimos ejercicios, 2018 empieza con muy buenas expectativas, porque el año pasado el Gobierno cambió de rumbo respecto a las energías renovables, con licitaciones de 8.000 MW en total en toda España. Aunque se ha hecho todo bastante deprisa y corriendo, porque el Gobierno está presionado por la Comisión Europea para cumplir los objetivos 20/20 de renovables y, por lo tanto, ha lanzado todos los MW que tenía previstos en unos pocos meses, se ha enviado un mensaje de reactivación y esperanza para el sector. También a nivel de la Generalitat Valenciana parece que hay un fuerte compromiso con el sector.

**A pesar de ese compromiso, los proyectos de renovables apenas empiezan a reactivarse, tras años de paralización, y aún quedan flecos**



GUILLERMO LUCAS

**“En renovables, se están abriendo líneas bloqueadas, pero hay que rematar”**

**“A partir de 2021, en la UE habrá 181.000 millones para tecnologías limpias”**

**“El ‘Think Tank Smart Cities’ ha casado cientos de retos con soluciones”**

### pendientes para el desbloqueo del plan eólico. ¿Qué está fallando?

Nos consta que se han dado bastantes pasos en este sentido; nuestras reivindicaciones se han escuchado y se han tomado medidas, pero queda mucho por hacer a nivel de ejecución. Está en manos de la Administración. Se están abriendo muchas líneas que durante muchos años han estado bloqueadas y es un paso importante, pero hay que rematar. Está tardando en verse a nivel práctico. Tenemos una Administración que desde el principio ha dicho que se lo cree, que la sostenibilidad es condición *sine qua non* de todas sus políticas -de hecho, hay una Conselleria de Economía Sostenible-, pero hay muchos proyectos que se tienen que acelerar. Se están perdiendo oportunidades de captar fondos europeos para la lucha contra el cambio climático. A partir de 2021, habrá 181.000 millones de euros para tecnologías limpias al año de los fondos europeos. Los estados, las agencias regionales y las administraciones locales tendrán que proponer y ejecutar proyectos. Todos los Estados tienen su parte, pero si España no presenta proyectos y no lidera esta transición, lo hará otro país, lo hará Alemania o Francia o Italia. Porque los objetivos se tienen que cumplir, y se perderá el tren de ese liderazgo de la transición y es una pena, porque hay empresas valencianas en Avaesen que están exportando tecnología de vanguardia por el mundo e invirtiendo en otros países. Qué triste que lo hagan en Londres y en Japón. Tenemos que ver cómo hacer que crezcan en casa. El sector ha demostrado su capacidad para reinventarse; el arte de hacer más con menos y sobrevivir.

### En esta línea de diversificación de objetivos y estrategias, Avaesen ha logrado sentar las bases del ecosistema de ‘smart cities’ en la región, con implicación de sector público y privado. ¿Cómo se ha conseguido?

El grueso de las emisiones de efecto invernadero procede de las ciudades y tenemos que actuar. En la estrategia europea, las ciudades se están transformando en verdaderos laboratorios de innovación, no sólo para la aplicación de soluciones disponibles, sino en generación de nuevas ideas. En este contexto, Avaesen conecta a los municipios con la masa crítica del sector, siempre con un enfoque práctico, centrado en resultados. *Smart cities* es un concepto del que se habla mucho, pero se desconoce bastante. Queríamos arrojar luz. Hace dos años lanzamos el *Think Tank Smart Cities*, un grupo de trabajo para reunir a las empresas de la asociación con los interlocutores adecuados de los municipios valencianos. Acudían a Avaesen para informarse sobre eficiencia energética y las soluciones a implantar, y les asesorábamos. Por otro lado, las empresas querían abrir negocio y, viendo



EE

“Sector público y privado, ‘startups’ e inversores están **buscando sinergias**”

“El ciudadano pide esta innovación; **es un movimiento desde abajo**”

“El nuevo portal ‘Think SmartCity!’ permite al usuario decidir y **hacer propuestas**”

las oportunidades en el marco de las ciudades sostenibles, decidimos sentar a todos en el mismo marco y atraer, también, a la Administración autonómica, universidades, asociaciones, institutos tecnológicos, *startups*, inversores y entidades de financiación que quisiesen contribuir. Superó nuestras expectativas: nos encontramos con 60 entidades en la primera reunión. Actualmente, participan 127 entidades y ha sentado las bases del ecosistema de *smart cities* en la Comunitat. Se han reunido expertos de los diferentes subsectores de las *smart cities* con los ayuntamientos y se ha analizado qué estaban haciendo en cada vertical -agua, energía, residuos...-. Aplicamos un enfoque global, integrado, porque, a veces, lo que se hace en un ámbito no era compatible con otro. Sólo dos ayuntamientos de la Comunitat tenían un plan director de *smart city*, Valencia y Torrent, con las necesidades y una estrategia a futuro. Nos sentamos con otros -Alcoy, Altea, El Verger, Rafelbunyol, Castellón...- para definir retos y estrategias. Uno de los aspectos más innovadores es la conexión con inversores y sistemas de financiación, incluidas nuevas fórmulas, como el *crowdfunding* y *crowdlending*. Se da la paradoja de que la financiación es la principal barrera para que se aceleren estos proyectos, a pesar de que esa financiación existe.

#### ¿Qué resultados o impactos reales ha tenido esa colaboración?

Hemos logrado recoger cientos de retos y casarlos con las soluciones que existen en la Comunitat Valenciana. Se crea colaboración entre el sector energético y todos los sectores que intervienen en el debate de las *smart cities* -energía, agua, movilidad, seguridad,...-. Creo en la economía colaborativa; solo es posible una transición de modelo si todos colaboran, si es un debate sistémico. Todos los actores se están dando cuenta de que el cambio vendrá si vamos en el mismo barco. Incluso empresas competidoras se sientan en la mesa y comparten lo que hacen o se sientan varias con un ayuntamiento para aportar valor. Es un cambio de paradigma. Ya hay cinco proyectos en marcha, en los que trabajan empresas, y se han elaborado varias guías de *smart cities* -paso previo al plan director-, que fomentan la competitividad, porque las empresas saben lo que hay y pueden aportar soluciones de forma más rápida. Destaca El Verger, un municipio muy pequeño, pero con clara vocación a la innovación. En Valencia, lanzamos un laboratorio urbano en energía y también colaboramos con la plataforma *Smart Dival* de la Diputación de Valencia, que se lanzará en breve.

¿Qué papel juegan los ciudadanos?



GUILLERMO LUCAS

El propio ciudadano está pidiendo esta innovación; es un movimiento que viene desde abajo. Nos interesamos cada vez más en cómo vivir de forma más sostenible, en la energía, alimentación, movilidad... Eso empuja todo lo demás. Independientemente del marco legislativo, que puede ayudar más o menos, esta tendencia es fascinante. Por ejemplo, se están desarrollando edificios con fachadas con capacidad de absorber la contaminación; grandes empresas contaminantes están redefiniendo estrategias e incorporando políticas de RSC, y hay países donde la energía ya se está produciendo de forma totalmente descentralizada. Hay un cambio de paradigma que nos hace constantemente repensar el modelo que tenemos. Acabamos de lanzar el portal *Think SmartCity!*, que será una versión virtual del ecosistema creado en la Comunitat, a través del que se conectará con los ciudadanos, para que puedan decidir y hacer propuestas. Avaesen hará llegar esa información a los ayuntamientos. Mucho de lo que se ha hecho hasta ahora no contempla al ciudadano como centro del debate. Con este portal, todos podremos aportar.

“Las empresas han demostrado con la crisis su capacidad de reinventarse”

“Hay que lograr que la inversión, la tecnología y el talento vuelvan a España”

### ¿Cómo se perciben estas estrategias y el desarrollo de tecnologías en el ámbito de las ‘smart cities’ en la Comunitat a nivel europeo?

Valencia está a la vanguardia de la tecnología y se la ve como referente en muchos proyectos internacionales. Esto tiene un efecto tractor en municipios más pequeños, que es donde está la oportunidad. Si logran conectarse a las tendencias, lo que hacemos tendrá un sentido. Si solo se suman los grandes, habremos perdido un tren, porque no puede haber tanta diferencia. Creamos el *think tank*, para acercar las oportunidades a todos. Definimos un plan de acción personalizado, tanto en municipios como empresas. Por ejemplo, Benidorm quiere desarrollar el concepto de ciudad turística inteligente.

### Avaesen se ha convertido, también, en uno de los pilares fundamentales del ecosistema emprendedor valenciano, impulsando proyectos en torno a la energía, la sostenibilidad y el cambio climático.

Concebimos Avaesen como un *marketplace* de innovaciones en materia de cambio climático. A medida que las empresas han conseguido sobrevivir y ampliar negocio, también hemos lanzado iniciativas para crear sector, con el emprendimiento. Había pymes y empresas grandes tractoras, pero faltaban emprendedores, *startups*, que crean proyectos que luego otras empresas incorporan, para fomentar el flujo de innovación. Con *Energy in Water* hemos ayudado a 180 empresas en dos años, atrayendo financiación europea para ideas innovadoras. Está abierta la nueva convocatoria de *Climate-KIC Accelerator*, el mayor programa de emprendimiento europeo en tecnologías limpias -ha acelerado más de 85 proyectos-, y, en breve, se abrirá la de *Climate Launchpad*, la mayor competición mundial en materia de cambio climático. Llevamos 4 años organizándola a nivel nacional y la Comunitat siempre ha estado en el *top 10* de los proyectos en la final mundial. Firmas consolidadas, como Aerox, Navlandis, Closca o Witrac, empezaron aquí. Queremos que las grandes empresas planteen retos y lanzar convocatorias para atraer a los mejores, de España y fuera. Estamos ya en conversaciones.

### Con las diferentes líneas de trabajo en materia de sostenibilidad, ¿es factible alcanzar los objetivos europeos?

Todo esto no es suficiente. Los expertos creen que para lograr los objetivos del Acuerdo de París deberíamos ser capaces de ir seis veces más rápido de la velocidad máxima que hemos alcanzado hasta ahora en la lucha contra el cambio climático. Es difícil. Es clave que actúen la parte pública y la privada, todos los sectores y ciudadanos. Que todos vayamos en la misma dirección.



RIMONTGÓ

## LOS INTANGIBLES, ELEMENTOS QUE DAN VALOR A LA VIVIENDA

En muchas ocasiones, nos encontramos con propiedades en venta en las que el precio viene determinado por los intangibles que la hacen única y que resultan difíciles de cuantificar en términos monetarios. Son esos elementos los que el comprador valora al decidir, destaca Rimontgó

EL ECONOMISTA

**A**lgunas casas valen más de lo que cuestan. Para entender su precio es importante tener en cuenta los elementos intangibles, que muchas veces son los que hacen única la vivienda: desde una arquitectura singular, al meticuloso diseño interior, pasando por la comodidad de todos los miembros de la familia. Una serie de valores que evocan días felices, pero que resultan difíciles de cuantificar en términos monetarios, y, sin embargo, hacen que la vivienda tenga un valor superior en el mercado inmobiliario. Podemos poner como ejemplo una impresionante villa, situada en la exclusiva urbanización *El Bosque de Chiva* (Valencia), con una belleza que atrapa los sentidos y un precio

de venta de 2,35 millones de euros, intermediada por Rimontgó.

¿Por qué una vivienda unifamiliar alcanza semejante valor? Podríamos empezar hablando de la exclusividad del entorno. La propiedad está en una parcela de 1.300 metros cuadrados, dentro del complejo residencial *El Bosque*, que cuenta con todo tipo de servicios y seguridad privada. Además, los intangibles de los que hablamos adquieren relevancia cuando confluyen entre sí. El entorno natural sirve de marco privilegiado para una arquitectura única, que fue reconocida por el Colegio Territorial de Arquitectos de València (CTAV) cuando se propuso seleccionar los 50 mejores edificios de la región. Se trata de un proyecto del estudio Mano de Santo, donde se combinan hormigón y cristal, piedra y madera, para conseguir la total integración con el paisaje.

Y terminamos con la utilidad y el confort que otorga la distribución de sus estancias, pensadas para los miembros de la familia y sus invitados. La casa, de 450 metros cuadrados, consta de tres plantas, cinco dormitorios y seis baños, tres de ellos en *suite*. Hay zonas comunes para disfrutar en familia, como el salón-comedor con vistas a la piscina y la moderna cocina totalmente equipada, además una gran sala de cine y una zona de bar privada. Que la casa tenga ambientes distintos permite que cualquier miembro de la familia pueda organizar una fiesta, mientras también el resto se relaja. Una versatilidad en sus funciones que le confiere un valor único como vivienda familiar, destaca Rimontgó.

Quizá ha llegado el momento de preguntarse qué es un activo intangible. En contabilidad se define como aquellos elementos inmateriales que poseen la capacidad de generar beneficios económicos futuros. ¿Acaso hay algo que otorgue más valor a una vivienda que contemplar el amanecer desde la piscina o una tarde en familia con vistas al monte? La mejora de la calidad de vida es, a su vez, el del valor del inmueble.

En base a ello, la vivienda de *El Bosque* vale mucho más que 2,35 millones. Tiene más valor que precio. Porque son todos estos elementos evocadores, por encima de cualquier especificación técnica, los que la mayoría de compradores acabará valorando a la hora de formar un nuevo hogar.



## S2 Grupo creció un 12% en 2017 y abrió sedes en Bruselas y Lisboa

S2 Grupo, compañía valenciana especializada en ciberseguridad y gestión de sistemas críticos, cerró 2017 con un volumen de negocio de 11,7 millones de euros, un 12 por ciento más que en el ejercicio anterior. El negocio exterior centra el 15 por ciento de la facturación y la previsión es que llegue al 30 por ciento en los próximos años. S2 Grupo abrió el año pasado sedes en Bruselas y Lisboa, que se suman a las de Valencia, Madrid, Barcelona, Bogotá y México DF. Alrededor del 10 por ciento de sus ingresos procedieron de su actividad de I+D+i. Los principales proyectos en este ámbito fueron CAIAC, Sadcip 4.0, Ipanema y Sauron, desarrollados junto a diferentes organismos españoles y europeos. S2 Grupo comenzó trabajando en Europa de la mano de proyectos europeos enmarcados en el 7º Programa Marco y el H2020 y ha logrado proyectos de envergadura con organismos multilaterales y europeos de primera línea. La compañía es miembro fundador de la European Cyber Security Organisation (ECSO) y, por tanto, una de las empresas que lidera la estrategia de I+D+i de ciberseguridad europea.



## La firma de vestidos de novia artesanales Otaduy abre tienda propia en Valencia

La firma de vestidos de novia y de fiesta Otaduy ha abierto su primer espacio en Valencia, tras consolidar sus dos tiendas propias en Madrid y Barcelona. La compañía, que se creó en 2011, continúa, así, con su plan de expansión y su política de aperturas continuadas y constantes, para expandirse por el territorio nacional e internacional. La reconocida diseñadora Carolina Otaduy, alma máter de la firma, comenzó en el salón de su casa, poco a poco, hace tan sólo siete años y ahora ya es un referente nacional para el mundo de la moda nupcial. A nivel internacional, su firma ya se encuentra en puntos de venta en más de 10 países, entre los que destacan, Japón, Reino Unido, Francia o Alemania. “Otaduy es un nuevo concepto de vestidos de novia que se inspira en la música, el cine y el arte, vestidos diseñados especialmente para las novias con personalidad que no quieren dejar de ser ellas mismas en su boda y confeccionados de forma artesanal”, explican fuentes de la compañía. La tienda de Valencia, ubicada en el barrio de Ruzafa, ha sido diseñada por la interiorista Bárbara Aurell, de la firma Espacio en Blanco.



## Avantio abre una oficina en Miami para consolidarse en Estados Unidos y Canadá

Avantio, empresa valenciana especializada en *software* para alquileres turísticos, ha abierto una oficina en Miami, con el objetivo de dar soporte y ampliar la cartera de clientes en Estados Unidos y Canadá. Con esta nueva delegación, que se complementará con la oficina central de Europa -ubicada en Valencia-, la firma confía en “fortalecer de forma significativa su crecimiento a nivel internacional”, según el vicepresidente y director de Desarrollo de Negocio de Avantio, José Vázquez, que dirige la nueva oficina. Avantio ha establecido importantes acuerdos preferenciales con los principales portales mundiales, como Airbnb, HomeAway y Booking, y otros más locales o especializados, que ayudarán a las agencias de alquiler vacacional a crecer en volumen de negocio y, por tanto, también a aumentar su base de datos de clientes. Atiende a más de 600 empresas en los destinos más demandados de América y Europa. El grupo ha desarrollado un *software* propio, *Harmony*, que permite automatizar protocolos y comunicaciones en la gestión de alquileres turísticos, aportando mayor eficiencia y ahorros a las agencias del sector.

# EL CLÚSTER DE ENVASE TRIPLICA SU BASE DE SOCIOS Y MIRA AL EXTERIOR

La asociación de envase y embalaje diversifica su composición y su consejo y refuerza la cooperación con entidades públicas y privadas. La I+D y la internacionalización, entre sus retos clave

O. FONTANILLO

**E**l Clúster de Innovación en Envase y Embalaje da un paso más en su estrategia de transversalidad e integración de toda la cadena de valor en este ámbito con la apertura a la incorporación de clientes finales de sus servicios y productos como socios de pleno derecho de la organización. En solo dos ejercicios, el clúster ha pasado de 23 a 64 asociados, entre los que se encuentran empresas de papel, cartón, plástico y madera, que dan respuesta a las industrias agroalimentaria, automovilística y azulejera, entre otras. “El sector afronta retos clave para su competitividad, como la digitalización, la transición a la *industria 4.0*, la economía circular, la innovación, los nuevos modelos de negocio y la internacionalización, y es fundamental unir esfuerzos y estrategias, aumentando la masa crítica de socios, para generar valor”, destaca José Orbe, director Corporativo de Desarrollo de Negocio de Grupo Hinojosa y presidente del clúster desde julio de 2017.



El pasado ejercicio, diez años después de su creación, el clúster se independizó del Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (Itene), impulsor del proyecto, “abriendo una nueva etapa, con plena autonomía organizativa y sostenibilidad económica”, subraya Orbe. Un nuevo ciclo que tiene su reflejo, también, en la estructura del consejo rector, que se ha ampliado de 6 a 12 miembros.

El sector del envase y embalaje representa el 9,25 por ciento de las ventas sobre la facturación total industrial de la Comunitat Valenciana, con un volumen anual de unos 2.865 millones de euros, y genera más de 11.600 puestos de trabajo. “La incorporación del cliente final permitirá reforzar la colaboración mutua y la generación de proyectos de I+D+i conjuntos. Uno de los retos que me planteo es que el clúster sea referente estratégico de nuestros socios; que cuando tengan un proyecto de I+D o necesiten conocer tendencias, acudan al clúster”, indica Orbe.

El 41 por ciento de los actuales asociados son pymes; el 31 por ciento, empresas de mediano tamaño; el 14 por ciento, microempresas, y otro 14 por ciento, grandes compañías. Por provincias, el 69 por ciento de los socios tiene su sede en la provincia de Valencia; el 16 por ciento, en la de Alicante; el 5 por ciento, en Castellón, y el restante 10 por ciento está domiciliado en otras regiones.

El clúster se constituyó con la misión de “contribuir al crecimiento económico de los miembros, coordinando y apoyando actuaciones que fomenten el desarrollo tecnológico, innovación, capital humano, capacidad productiva y comercializadora”. José Orbe explica que “existe un déficit de sistemas de gestión de la innovación y de proyectos de colaboración. Hoy en día, los retos de la economía global hacen que la cooperación sea una herramienta de competitividad; poner en común visión estratégica, conocimientos y tecnología permite multiplicar impactos”.

### Colaboración y sinergias

Para conseguirlo, la organización integra toda la cadena de valor del envase y embalaje y desarrolla programas y actividades como los *Premios Nacionales Diseño y Sostenibilidad*, que este año celebran su IX edición; los desayunos de innovación, una reunión *networking* entre los asociados en la que una empresa destacada expone sus necesidades de *packaging*, y diversas jornadas y talleres, en los que se promueve el desarrollo de



proyectos colaborativos entre miembros de la asociación y de otros clústeres y organizaciones, tanto públicas como privadas.

En esta línea, en junio de 2016 firmó un acuerdo de colaboración con el Packaging Clúster de Cataluña, para sumar recursos, sinergias y esfuerzos entre empresas asociadas en la búsqueda y dinamización de proyectos de innovación y actividades conjuntas.

“Se han identificado unos 20 ámbitos en los que las empresas están poniendo énfasis. Entre ellos, destacan la sostenibilidad; la seguridad alimentaria; los nuevos materiales; la nanotecnología; los envases inteligentes, que se relacionen con el Internet de las cosas -por ejemplo, que comuniquen información sobre el estado del producto-; envases activos; nuevas técnicas de impresión; desarrollos vinculados al comercio electrónico... A través de diferentes acciones y proyectos conjuntos, ponemos

en común las tendencias y buscamos generar proyectos estratégicos de I+D. Se trata de ser más competitivos a través de la colaboración”, explica Orbe.

Desde el punto de vista del cliente final, “el envase es una herramienta estratégica de marketing y comunicación, que influye directamente en la decisión de compra del consumidor ante un lineal, sobre todo en ámbitos como la alimentación o la cosmética”, destaca.

El crecimiento exponencial del *ecommerce* plantea nuevos retos a las empresas, “en cuestiones como personalización, necesidad de protección del producto, seguridad e inviolabilidad y, en muchos casos, también se requiere que sea reutilizable en caso de devolución”, señala.

### Avances en internacionalización

El Clúster de Innovación en Envase y Embalaje está trabajando en la redacción de su Plan Estratégico hasta 2021, “que tiene que presentarse ante el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad para que siga siendo reconocido como Agrupación Empresarial Innovadora (AEI). Los pilares fundamentales se centran en la formación, la innovación y la internacionalización, con aportación de todos los socios”.

Respecto a la internacionalización, Orbe apunta que el clúster está dando pasos en varios sentidos, en colaboración con instituciones y con la Administración. La asociación ha mantenido reuniones con la Cámara de Comercio de Valencia, con la que colaborará en las acciones y programas en esta materia, como los talleres para la exportación o los programas *Xpande*, que identifican potenciales mercados, así como *Xpande Digital*, centrados en acciones de marketing digital a nivel internacional. Además, representantes de Cámara Valencia explicarán a los socios cuáles son las herramientas con las que pueden contar para la internacionalización y podrán participar en las misiones internacionales.

En cuanto a la Administración, el clúster se ha reunido con la directora general de Internacionalización, María Dolores Parra, ya que desde el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (Ivace) se está liderando el proyecto *Go Global*, junto al Instituto de Crédito Exterior (Icex) y las Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana, con el apoyo de fondos europeos Feder.

Entre los proyectos del clúster en este ámbito está, también, “la incorporación de una consultora especializada en internacionalización para dar apoyo a los socios. Estamos negociando con varias entidades”, concluye el presidente de la asociación.

## Los IX Premios de Diseño se lanzarán junto a Cataluña

### ■ Búsqueda de talento

La estrategia de cooperación y búsqueda de sinergias con otras asociaciones y clústeres se trasladará, también, este año, a los ‘Premios Nacionales de Diseño y Sostenibilidad de Envases’, creados por el Clúster de Innovación en Envase y Embalaje “con el objetivo de fomentar la innovación, el diseño, la sostenibilidad y la excelencia” y actuar como “eslabón entre el mundo universitario, los jóvenes talentos y el mundo empresarial”. Varias empresas plantean retos sobre los que trabajan los estudiantes de diseño.

### ■ Convocatoria conjunta

La edición de 2018, la IX, se convocará, por primera vez, junto al Packaging Clúster de Cataluña, con ámbito nacional.

### ■ Enfoque internacional

Además, entre los objetivos a medio plazo está que alcancen una dimensión internacional.

### ■ Financiación privada

Los premios, que cuentan con una financiación totalmente privada, han recibido propuestas de más de 900 estudiantes en los últimos ocho años. La edición de 2017 batió récord, con la inscripción de más de 400 alumnos, 150 más que en 2016, de 20 universidades y escuelas españolas, tanto públicas como privadas.

### ■ Escuelas de referencia

En el ámbito de la Comunitat Valenciana, han participado ESAD Valencia, EPSA Campus de Alcoy de la Universidad

Politécnica de Valencia, ESD Alicante, Universidad Cardenal Herrera CEU, Universitat Jaume I de Castellón y ESAD Alcoy. Fuera del ámbito valenciano, destacan la Escuela Elisava de Barcelona, EINA Grado de Diseño de Barcelona, Madrid Centro Superior de Diseño (IED), la Universidad Alfonso X El Sabio, Universidad Politécnica de Madrid, la Universidad de Nebrija, la Escuela Superior de Diseño de Segovia, la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Soria, Universidad de Zaragoza (Unizar), la Escuela de Arte Antonio López de Tomelloso (Ciudad Real), la Universidad de Granada y la Universidad de Málaga. Han colaborado, asimismo, la Universidad de Murcia y la Universidad del País Vasco.



Más de 400 alumnos participaron en los premios en 2017. EE

# EL CLUB DE EMPRESAS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES SUMA 25 SOCIOS EN 9 MESES

El Corte Inglés, Ribera Salud, Royo Group, Grupo Baux, Almacenes Lázaro y Sustainable Towns -sociedad impulsora del ecobarrio 'La Pinada'- son las últimas compañías en sumarse a la base de socios del CE/R+S, que nació en mayo de 2017 con el objetivo de promover e impulsar la responsabilidad y sostenibilidad empresarial desde el punto de vista social y medioambiental, como complemento y apoyo a la sostenibilidad económica de las empresas de la región

O. F.

**E**l Club de Empresas Responsables y Sostenibles de la Comunidad Valenciana (CERS) incorpora como socios a El Corte Inglés, Ribera Salud, Royo Group, Grupo Baux, Almacenes Lázaro -interproveedor de patatas de Mercadona- y Sustainable Towns -sociedad impulsora del ecobarrio *La Pinada*, proyecto seleccionado por Europa para su programa de distritos inteligentes y sostenibles-. Con estas adhesiones, la entidad amplía y diversifica su base asociativa, con compañías destacadas en materia de sostenibilidad y responsabilidad social en sus respectivos sectores.

El CERS alcanza, así, 25 socios, entre las provincias de Alicante, Castellón y Valencia, consolidándose como referente en su ámbito de actuación en la región en tan solo nueve meses. La base de socios se completa con AGC Flat Ibérica, Alpasa, Grupo Alimentario Citrus (GAC), BP Oil, Grupo Bertolín, Caixa Popular, Dualium Management, Ética EAFI, Hidraqua, Geocivil, Grupo Eulen, Grupo IVI, Obinesa, Palau de les Arts Reina Sofia, RNB Cosméticos, Suavinex, Triangle Real Estate Management, Unimat y Unión de Mutuas.

El Club se constituyó en mayo de 2017 con el objetivo de promover e impulsar la responsabilidad y sostenibilidad empresarial desde el punto de vista social y medioambiental, como complemento y apoyo a la sostenibilidad económica de las empresas de la región. Una empresa responsable es aquella que no sólo cumple las obligaciones normativas en estos ámbitos, sino que va un paso más allá, con una



integración real y efectiva de estas vertientes y objetivos en su estrategia global, sus procesos y su relación con los diferentes grupos de interés -empleados, accionistas, proveedores, clientes y la sociedad en su conjunto-, así como con el medio en el que ejerce su actividad.

En esta línea se están desarrollando tanto las estrategias europeas como la normativa nacional y autonómica. En los próximos meses, se aprobará la Ley Valenciana de Fomento

de la Responsabilidad Social, actualmente en tramitación, y cada vez más Administraciones, organismos y empresas públicas incorporan criterios sociales en licitación de contratos.

El CERS cree que difundir, compartir y promover ideas y buenas prácticas es clave en la transición hacia un nuevo modelo económico más responsable y sostenible. Para lograrlo, desarrolla acciones en varios ejes complementarios.

# JUAN LUIS POZO

Director de Sostenibilidad Corporativa de Global Omnium

OLIVIA FONTANILLO

Juan Luis Pozo asumió, en octubre de 2016, la dirección del Área de Sostenibilidad Corporativa de Global Omnium -Aguas de Valencia-, en el marco del proceso de redefinición estratégica del grupo. Pozo, que se integró en la organización tras varios años como consultor externo, subraya que la sostenibilidad en la gestión integral del agua “no es una opción, sino una obligación directamente relacionada con la eficiencia hídrica, porque trabajamos con un recurso escaso y tenemos que garantizar que cada gota que sale de la fuente de origen llegue hasta el usuario”. El grupo celebrará, en octubre, una jornada de ámbito europeo en Valencia, centrada en la eficiencia hidráulica y la huella hídrica.

## ¿Qué papel juega la sostenibilidad en la estrategia de Global Omnium?

La sostenibilidad es un concepto que mucha gente utiliza gratuitamente. Global Omnium ha apostado por un enfoque transversal en esta materia, que aporta valor estratégico fundamental, dentro de su objetivo prioritario: difundir su conocimiento y experiencia en la gestión del ciclo del agua. Nuestros recursos hídricos son escasos, sobre todo en la zona mediterránea, debido a las transformaciones en los procesos naturales que conlleva el cambio climático, y tenemos que actuar en consecuencia, con una visión a largo



GUILLERMO LUCAS

**“La eficiencia no es cuestión de tamaño, sino de estrategia”**

**“La tecnología da información y permite actuar en tiempo real”**

plazo orientada a preservar los recursos para las generaciones venideras. Se trata de un proceso de transformación del agua física en *agua digital*, gracias a las tecnologías, dando al ciudadano mayor interacción y seguridad; no es solo garantizar el abastecimiento, sino hacerlo con la máxima calidad y facilitarle toda la información sobre su consumo, para que pueda tomar sus propias decisiones. Gracias a las tecnologías *smart-water* cada vez tiene más capacidad de actuación y gestión. Y somos el único sector que hacemos constantemente campañas responsables para que se consuma menos. El despilfarro tiene costes para todos.

## ¿Sobre qué bases se ha abordado esa transformación estratégica?

Nos dimos cuenta de que, si queríamos liderar el conocimiento, teníamos

**“La eficiencia en el agua es una obligación; es un recurso escaso y cada gota de la fuente tiene que llegar al usuario”**

que fijamos y comparamos con las empresas que están haciendo cosas importantes, sean del sector que sean, y abordar nuestros propios desarrollos, para mejorar tanto la gestión como los procesos productivos. Por ejemplo, en eficiencia energética, nos inspiramos en las empresas del *Ibex-35* y hemos logrado reducir el impacto del consumo energético en todas las instalaciones. Además, estamos incorporando medidas como el uso de vehículos eléctricos. No es una cuestión de tamaño de la empresa. Algunos grupos mucho más grandes que nosotros no lo han aplicado. Se trata de creérselo y de ser proactivos, de tener vocación de liderazgo. Todos los días nos ocupamos de poner los medios para ser cada vez más eficiente.

**La ciudad de Valencia se ha convertido en referente en la implantación de tecnologías en gestión del agua, con el mayor parque de contadores inteligentes de Europa. ¿Cómo se abordó este proyecto y qué resultados se han conseguido en materia de eficiencia?**

Uno de los grandes proyectos ha sido convertir a Valencia en la ciudad más sostenible de la Unión Europea, y una de las mejores del mundo, en gestión del ciclo del agua, tanto desde el punto de vista de la depuración como del abastecimiento, con un ratio de eficiencia hídrica que ronda el 85 por ciento. Es un nivel difícil de superar, aunque el objetivo es siempre llegar al máximo posible. El compromiso es que cada gota de agua que entra en el sistema llegue al ciudadano. Para ello, se ha trabajado en todos los ámbitos, desde la inversión en redes a la implantación de nuevas tecnologías, como la telelectura a través de contadores inteligentes, y en la gestión de los activos, centrada en las infraestructuras. En Valencia, gracias a la telelectura y a herramientas como *Merlín* y *Tiresias* hemos conseguido tener información en tiempo real sobre dónde está cada gota de agua. Si antes se tardaban días en detectar una avería, ahora se descubre en segundos, lo que permite actuar con la mayor rapidez. Gracias a ello, en 2017 logramos ahorrar unos 200.000 metros cúbicos, en base a la detección temprana de fugas. Además, nuestros sistemas permiten regular automáticamente el abastecimiento ante cualquier problema que se detecte en la red. De hecho, ayuntamientos como el de San Sebastián van a replicar el modelo que ha seguido Valencia.

**¿Se ha invertido lo suficiente en España en infraestructuras hídricas?**

Una buena planificación de la vida útil de las redes y la inversión en mejoras es fundamental para poder adelantarnos y evitar posibles problemas, con más acciones preventivas que correctivas. En Global Omnium hemos sido



G. LUCAS

“La planificación de la vida útil y la inversión en red es clave para evitar pérdidas”

“Participamos en dos proyectos europeos en materia de seguridad”

“Valencia se ha convertido en la ciudad con mejor eficiencia hídrica de Europa”

pioneros en Europa, desde hace unos años, en la planificación total de todo el mantenimiento de la red, lo que ha supuesto un trabajo impresionante para calcular la vida útil de cada uno de los elementos que la integran. Otras empresas de nuestro sector nos han pedido ayuda para abordar este proceso. Nos hemos encontrado con que algunas no tienen ni siquiera un inventario completo de los elementos de su red. Respecto a los municipios, en muchos casos nos encontramos redes obsoletas por falta de inversión. La antigüedad media ronda los 80 años, teniendo en cuenta que existen grandes diferencias entre unos y otros. Desde el grupo, les ayudamos para abordar la transición hacia un modelo de gestión de los recursos hídricos más eficiente, partiendo del análisis de la situación real y el horizonte que quieren conseguir, compartiendo conocimientos y tecnología. En general, se define un plan de abajo-arriba, actuando primero sobre las grandes redes del municipio, las principales, y ampliando a partir de ahí.

**¿Qué papel juega el ciudadano?**

El ciudadano también tiene que asumir su parte de responsabilidad en este proceso de mejora de la eficiencia hídrica. Hay redes privadas antiguas que están perdiendo agua y donde no podemos intervenir. Es el usuario el que tiene que afrontar la reparación. La concienciación e implicación del ciudadano en esta materia podría ayudar a mejorar entre un cuatro y un seis por ciento el ratio de eficiencia hídrica.

**Esa transformación digital de la gestión del agua conlleva, también, nuevos riesgos. ¿Cómo afronta Global Omnium este reto?**

Gestionamos infraestructuras críticas y la seguridad es clave. Por eso, la estrategia de sostenibilidad incluye la gestión de riesgos. Somos la primera empresa de nuestro sector en Europa certificada con respecto a la ISO 31000, por el referencial *EA31* de Aenor, para su Sistema Integrado de Gestión de Riesgos, desde 2013. Una organización moderna y que se precie de buen gobierno y diligencia tiene que ser capaz de dar respuesta al ciudadano en cualquier situación y garantizar el servicio y suministro ante cualquier contingencia, por grave que sea, con capacidad de reacción ante ataques externos. Estamos implicados en dos proyectos europeos en materia de seguridad y tenemos herramientas que nos permiten hacer simulaciones. Como grupo, hemos invertido muchos recursos, económicos y humanos, en esta materia. Además, en prevención de riesgos laborales somos ejemplo de buenas prácticas y referente.

# LATEUATERRA, MICROMECENAZGO PARA PROYECTOS ECOLÓGICOS

La plataforma de economía colaborativa valenciana es la primera de España que apuesta por la especialización en iniciativas sostenibles y con impactos positivos en el medio ambiente

O. FONTANILLO

La creciente preocupación de la sociedad por la sostenibilidad ha dado un fuerte impulso a iniciativas con impacto positivo sobre el medio ambiente. Ideas para desarrollar acciones concretas o proyectos empresariales que se encuentran, en muchos casos, con una barrera: las dificultades de acceso a financiación tradicional. En este contexto, la agencia valenciana Grupo R Comunicación ha creado Lateuaterra, la primera plataforma de *crowdfunding* y micromecenazgo de España especializada en iniciativas medioambientales.

El proyecto cuenta con el respaldo de la Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Agronòmica i del Medi Natural de la Universitat Politècnica de València (ETSIAMN-UPV) y del Consell Agrari Municipal de Valencia, que dan soporte en la valoración de los proyectos desde el punto de vista de la

responsabilidad medioambiental. “El objetivo es colaborar con las asociaciones y organizaciones vinculadas al medio ambiente, tanto las centradas en el mundo agrario, como aquellas que trabajan en ámbitos como el cambio climático o materiales más sostenibles. Además, queremos acercar el proyecto a los emprendedores, a través de participación en eventos y jornadas y con presentaciones propias; la primera, la haremos en breve en la UPV”, indica Belén Vázquez, directora de Grupo R e impulsora de Lateuaterra.

“Hemos diseñado nuestro propio modelo de plataforma especializada. Encontramos muchas iniciativas de *crowdfunding* ya en funcionamiento, pero tienen un enfoque más general”, afirma.

Además, la plataforma plantea la opción de que una empresa o asociación plantee proyectos abiertos a la cofinanciación.

El objetivo de Lateuaterra es lograr sacar adelante un mínimo de 12 proyectos a lo largo de 2018 y, a partir de ahí, crecer paulatinamente. “Estamos recibiendo muchas solicitudes, pero el proceso es lento desde que nos plantean una idea hasta que se transforma en proyecto financiable. Las propuestas son muy variadas y algunas de ellas cuentan con una importante base tecnológica. Por ejemplo, tenemos en estudio proyectos de tipo audiovisual, centrados en logística con vehículos eléctricos o en microplásticos. En cada caso, se valora la viabilidad y el impacto real positivo que puede generar, así como el grado de implicación del equipo que promueve la iniciativa y su capacidad para movilizar a su entorno para que respalden la propuesta”, explica.

La entidad cuenta con un comité de expertos para evaluar los proyectos, en el que participan Gabriel García, subdirector de Relaciones con Empresas, Empleo y Emprendimiento de la ETSIAMN,





Los promotores del proyecto 'Esquellana' lograron el apoyo de 265 donantes para recuperar la producción de lana de una raza de oveja valenciana. EE



El equipo de la agencia Grupo R Comunicación está detrás de la plataforma Lateuaterra. EE

Silvestre Senent, miembro del Consell Agrari Municipal de Valencia, y Diego Fernández, ingeniero agrónomo.

La plataforma da visibilidad a cada proyecto seleccionado un máximo de 39 días, en el que tiene que lograr su objetivo de financiación mínimo. Si no lo alcanza, el dinero se devuelve a los donantes. “Es cuestión de operatividad y de eficacia de la campaña, para garantizar que el presupuesto está bien valorado y que existe un interés real en el mercado o en la sociedad”, detalla Vázquez. Las aportaciones medias oscilan entre 25 y 40 euros.

Lateuaterra se configura como “plataforma de *crowdfunding* de recompensas y donaciones”, de manera que, a cambio de su aportación, el mecenas recibe la recompensa que el promotor establezca -por ejemplo, incluirle en los agradecimientos, descuentos o el envío de algún producto-.

Por su parte, si se logra el objetivo de financiación, Lateuaterra percibe el 5 por ciento del importe total, para cubrir gastos de mantenimiento y operativa.

### Primeras iniciativas

Lateuaterra, que inició su actividad en noviembre de 2017, está abierta a la participación de proyectos sin limitación geográfica. Las primeras iniciativas han logrado cerrar con éxito las campañas lanzadas.

## La financiación colaborativa en España crece exponencialmente

El micromecenazgo -mecanismo colaborativo de financiación de proyectos- es un sistema de financiación que ha crecido exponencialmente en los últimos años en España. Según el informe anual realizado por la Universidad Complutense de Madrid y Universo Crowdfunding, esta fórmula de financiación colectiva recaudó 113 millones en 2016, un 116 por ciento más que en 2015. “Estas cifras demuestran que, poco a poco, se va consolidando como alternativa o vía complementaria a la inversión y financiación convencional”, subraya Belén Vázquez.

La primera fue Esquellana, un proyecto que busca recuperar la producción de lana valenciana por medio de la protección de una raza autóctona, la guirra, de la que tan solo quedan alrededor de 5.000 ejemplares. Gracias a las aportaciones de 265 personas, sus promotores consiguieron 12.650 euros, superando el objetivo mínimo de financiación para llevar a cabo la iniciativa, fijado en 10.000 euros.

BIOagradables, colectivo que se dedica a la limpieza de las playas de la Comunitat Valenciana, ha promovido la campaña *PlasticFriendly*, con la que ha recaudado 1.600 euros para crear una planta de reciclaje portátil.

“Presentamos nuestro proyecto en Lateuaterra porque necesitamos transformar esos 1.400 bastoncillos que nos encontramos en cada limpieza en algo útil, amigable para nuestra sociedad. Pero, además, esta plataforma nos ayuda a hacer visible el problema de gestión de nuestros residuos plásticos, altamente contaminantes para nuestro ecosistema marino”, explica Emilio Beladiez, promotor de *PlasticFriendly*.

Por su parte, la ONG Carbon Proof ha lanzado *Árboles contra el Cambio Climático*, una iniciativa con la que quiere reforestar dos hectáreas del Parque Natural de las Hoces de Cabriel con las aportaciones de ciudadanos que compensarán, con la plantación de árboles, su huella de carbono.



## La Viña, una de las 5 bodegas con mayor seguridad alimentaria

La cooperativa La Font de la Figuera (La Viña), socia de Anecoop Bodegas y con DOP Valencia, ha vuelto a obtener la certificación BRC de seguridad alimentaria con la máxima puntuación, AA+. Tan sólo cuatro bodegas más en España -Rioja Vega, Castellblanch, Codorniu y El Coto de Rioja- lograron esta calificación en el último año.



## Los Reyes entregan a Actiu el 'Premio Nacional de Diseño'

El fundador de Actiu, Vicent Berbegal, recogió el *Premio Nacional de Diseño* de mano de sus Majestades los Reyes, junto a su esposa, Carmen Roque, y sus hijas Carmen, Laura y Soledad, segunda generación al frente del grupo. Berbegal agradeció el reconocimiento al esfuerzo y dedicación conjunta de todas las personas que han formado Actiu.



## Kimpira, primer restaurante de España 100% ecológico

El restaurante valenciano Kimpira es el primero de España certificado como cien por cien ecológico por Intereco. Kimpira, fundado por la experta en alimentación macrobiótica-vegana Patricia Restrepo y Emilio Espí, también fue el primer restaurante nacional en acuñar el término *gastro-nourish*, por su reinterpretación de la comida macrobiótica.



## 'TRIO', sello de autocertificación de calidad para agricultores

Un grupo de agricultores de la Ribera han creado el sello de autocertificación *TRIO* -Tradicional, Responsable, Identitario y Orgullosa-, que nace por la inquietud por reivindicar los valores tradicionales ligados al cultivo de la tierra como forma de vida sostenible, tanto para el medio ambiente como para los trabajadores y consumidores.



## Grupo Dulcesol eliminará todas las jaulas de gallinas en 5 años

El Grupo Dulcesol, fabricante de diferentes categorías de alimentación, concluye la fase inicial de un proyecto que le llevará a emplear huevos procedentes de gallinas que crezcan en libertad en 5 años. Desde 2010, ha realizado inversiones en instalaciones, maquinaria y proyectos ligados al desarrollo de producto por más de 150 millones.



## Centauro Rent a Car entra en Italia con cuatro oficinas

Centauro Rent a Car entra en Italia con la inauguración de cuatro sucursales, en los principales aeropuertos: Roma Fiumicino, Ciampino, Milán Bérgamo y Milán Malpensa. En el primer trimestre de 2018, contará con una flota de 2.000 vehículos en este país y creará 30 empleos directos. La firma inició su internacionalización en Portugal hace 2 años.



## El cementerio Parque de La Paz incorpora coronas 'Eco Friendly'

El camposanto valenciano Parque de la Paz ha incorporado coronas ecológicas con flores naturales vivas que respetan el medio ambiente y permiten que cada familiar tenga un recuerdo de su ser querido. Esta nueva opción es un paso más dentro de la filosofía del cementerio, que da opciones respetuosas con el entorno, como panteones naturales.



## El CEU y el Cerme, unidos por las personas con discapacidad

La Universidad CEU Cardenal Herrera y el Comité de Entidades de Representantes de Personas con Discapacidad de la Comunidad Valenciana (Cerme CV) han suscrito un acuerdo pionero en el ámbito de las Ciencias Políticas, en virtud del cual, los futuros politólogos del CEU tendrán la oportunidad de cursar sus prácticas en el Cerme CV.



## Bankia: 23 becas de Formación Dual en investigación biomédica

La Fundación Bankia por la Formación Dual y los centros de investigación sanitaria IIS La Fe, Príncipe Felipe, Fisabio e Incliva, han convocado 23 becas para proyectos de formación dual en investigación biomédica y clínica, combinando el aprendizaje en un centro educativo con la actividad en el centro de investigación.



## Coca-Cola lleva a Castellón su proyecto de formación a mujeres

Coca-Cola ha abierto la segunda edición de su proyecto de formación *Gira Mujeres*, dirigido a dar apoyo a mujeres que quieren emplearse o desarrollar una idea de negocio vinculada al sector de alimentación y bebidas. Por primera vez, llega a Castellón. La iniciativa se enmarca en la política de RSC de la multinacional.



## UPV y la plataforma de cursos edX renuevan su colaboración

Tras tres años de cooperación, la Universitat Politècnica de València (UPV) y la plataforma de cursos *online* gratuitos edX, renuevan su acuerdo de colaboración. La UPV es la quinta institución del mundo en número de cursos MOOC -cursos abiertos masivos *online*-, tras Harvard, Microsoft, el MIT y la Universidad de Delft. Es la primera en cursos de español.



## Sensores en textiles que detectan las caídas de personas mayores

El Instituto de Biomecánica (IBV) y el Instituto Tecnológico Textil (Aitex) han trabajado en los dos últimos años en el proyecto de I+D *Instinto*, para desarrollar un sistema basado en sensores integrados en prendas textiles que, junto a una plataforma TIC, sirvan para prevenir, monitorizar y proteger frente a las caídas a las personas mayores.

# RUBÉN FERRÁNDEZ

DIRECTOR GENERAL DE GRUPOIDEX

O. FONTANILLO

Rubén Ferrández asumió, el pasado mes de enero, la dirección general de la consultora alicantina de comunicación Grupoidex, desde la que liderará la estrategia de negocio y la nueva etapa de expansión de la firma, que abrió, a finales de 2017, su primera oficina internacional, en México. Además, es el nuevo vicepresidente de Comunicación y Relaciones Institucionales de la Asociación de Terciario Avanzado. Ferrández, experto en Comunicación Social y Responsabilidad Social Empresarial (RSE), detalla que Grupoidex cuenta con más de 20 años de trayectoria, en los que ha apostado por un *modelo 360º* de comunicación, con un papel central de la responsabilidad social.

## **Grupoidex se ha consolidado en el 'Top 30' de las agencias de comunicación. ¿Cuál es la fórmula del éxito?**

La compañía ha sabido ir reinventándose y adaptándose a las nuevas necesidades y tendencias en comunicación; apostamos por la innovación y la creatividad, siempre sobre la base de contenidos de calidad. A ello se añade el que la responsabilidad social, que ahora parece que está de moda, nosotros desde el principio la hemos concebido como inherente al modelo de negocio y conceptualizada a largo plazo, con una visión estratégica. Toda empresa que quiera ser líder y consolidar un modelo de gestión sostenible debe integrar la responsabilidad social de forma transversal. Todo ello nos ha permitido trabajar con empresas referentes en sus respectivos sectores y desarrollar campañas con tanto impacto como #XTUMIRADA, para la Federación Española de Síndrome de Down, o *Amigos Inseparables*, de Hill's Pet, sobre tenencia responsable de animales. Además, somos empresa organizadora del Congreso Internacional de RSE OKKO, punto de encuentro en materia de Responsabilidad Social.

## **¿Qué líneas y objetivos subyacen en la estrategia de expansión internacional de Grupoidex?**

Esa misma filosofía que ha caracterizado nuestro trabajo en España es la que vamos a exportar a Latinoamérica. México es la primera fase del plan de expansión. En función de cuál sea su evolución, iremos decidiendo. No hay prisa. Además, estar presentes allí nos da la posibilidad de avanzar hacia un modelo de comunicación 24 horas, gracias a la diferencia horaria. Somos más de 50 empleados y todos trabajamos para todos los proyectos, con un enfoque transversal. Las tres delegaciones funcionamos como un solo equipo.

“La responsabilidad social debe ser inherente al modelo de negocio”

