

LA BRECHA ECONÓMICA VALENCIANA SE MANTIENE TRAS 8 AÑOS DE 'BOTÀNIC'

El balance económico del Gobierno de coalición destaca en empleo, pero no ha avanzado en la convergencia en renta y productividad con el resto de España

CAPITAL

**LOS FONDOS TIRAN
DE LA INVERSIÓN
EXTRANJERA PESE A
LAS CRÍTICAS POLÍTICAS**




A fondo | P6

La brecha económica con España sigue sin reducirse en 8 años de 'Botànic'

En las últimas dos legislaturas la distancia de la economía valenciana con la media nacional en aspectos como productividad o renta incluso han crecido ligeramente.


Capital | P20

Los fondos, culpables de una inversión extranjera de récord

El Gobierno de coalición presume de las cifras de inversión extranjera cosechada por los fondos a los que demoniza en materias como la vivienda.

Restauración | P24

Las hamburgueserías valencianas que se quieren comer el mundo

The Fitzgerald, que facturó 17 millones y prevé llegar a 100 locales, encabeza la lista de cadenas que como The Black Turtle, Hundred y Jenkins pujan por este mercado.

Agua | P28

Ildrica da forma al 'lago de datos' de la red de suministro de Sevilla

La empresa tecnológica de Global Omnium desarrolla la herramienta de 'big data' para Emasesa, que gestiona el suministro en el área metropolitana de la capital andaluza.


Entrevista | P16

"La nueva movilidad no es cambiar de coche, es un cambio social"

El presidente de la Asociación Valenciana del Vehículo Eléctrico, Javier Barahona, destaca las fortalezas de este sector emergente.


Renovables | P34

Obremo extiende su presencia en España en energía fotovoltaica

Iberdrola encarga a la firma valenciana la instalación de su solución de paneles en hogares y empresas de varias CCAA.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña.

Vicepresidente: Clemente González Soler. **Director de Comunicación:** Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo **Director de elEconomista Comunitat Valenciana:** Ángel C. Álvarez

Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega **Tratamiento de imagen:** Dani Arroyo



Cortoplacismo electoral que no esconde las eternas asignaturas pendientes

Meses de promesas electorales y más que de propuestas, de continuos ataques entre los candidatos y los partidos que se presentan a unas elecciones autonómicas y municipales que las encuestas antojan reñidas ante la dinámica de bloques en que está sumida la política valenciana y española actual. Una situación que parece abocar de nuevo a la formación de coaliciones para gobernar, ya sea de una tendencia o de otra. Ha llegado el momento de que los ciudadanos decidan con su voto hacia que lado se inclina el poder durante los próximos cuatro años.

En una precampaña y campaña electoral cada vez más larga y marcada por los personalismos sorprende la ausencia de algunos de los grandes déficits de fondo de la economía del debate público. Especialmente llamativo es el caso del lastre que arrastra Comunitat Valenciana en productividad, no sólo frente a Europa, sino respecto a otras regiones vecinas en España. Un tema sobre el que se ha pasado de puntillas y que ni siquiera se ha mencionado al tratar las cuestiones en las que fuerzas como Compromís y Unides Podem sí que han puesto el foco, como la semana de cuatro días con un piloto destinado más a una mera exhibición que a estudiar y analizar sus efectos reales en el trabajo, la empresa y la economía valenciana.

■
Las soluciones a déficits reales de la economía valenciana han estado lejos de la mayoría de los debates electorales
■

La llegada de grandes empresas ha sido otro tema recurrente y un motivo de satisfacción, aunque se echa en falta, como reclama el presidente de CEV Salvador Navarro en esta misma revista, políticas industriales claras que potencien a la empresa local que se encuentra ante retos muy complejos y cuya realidad no siempre responde a las de las mareante cifras de megaproyectos como la gigafactoría de Volkswagen. Un ejemplo lo muestran los datos de la industria valenciana del metal recopilados por su patronal Femeval, que revelan que en el último año ha perdido más de 21.000 empleos.

Precisamente en una economía regional en que una de sus grandes deficiencias es el reducido peso de sectores de alta capacidad tecnológica y mayor valor añadido son fundamentales políticas que pongan coto a otra de las realidades por las que el instituto de estudios alicantino Ineca muestra gran preocupación: la escasa atracción de perfiles de alta cualificación. La necesidad de retener y mantener el talento en la propia provincia de Alicante, que pone de manifiesto el presidente de Ineca, Nacho Amirola, también en este número, es algo que se podría extrapolar al resto del territorio de Valencia y Castellón. Mientras en el día a día los debates políticos sobre educación siguen centrados en polémicas como la lengua o los centros concertados, se echan en falta miradas que vayan más allá para que uno de los mayores gastos públicos y, como recordó hace unos días la propia presidenta del Santander, Ana Botín, uno de los pilares del sistema democrático, se consolide como una inversión que genere un valor incuestionable.



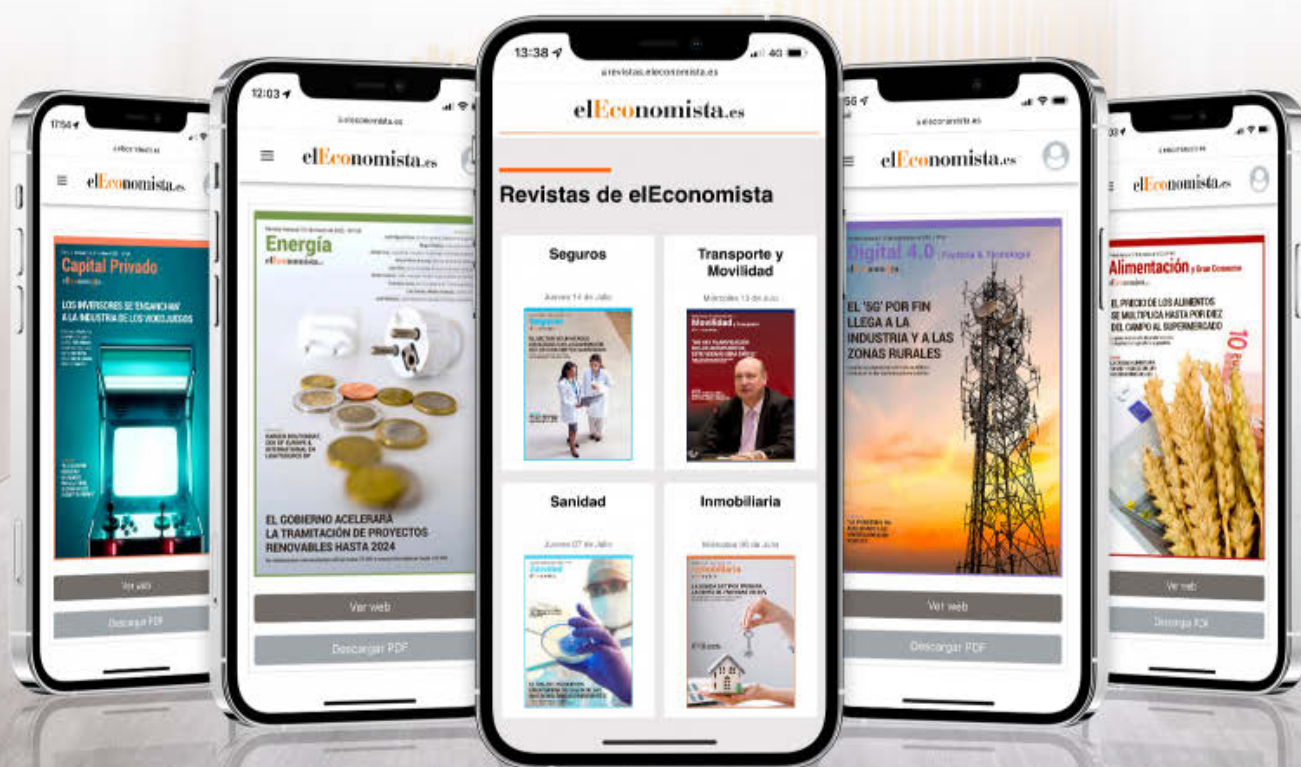
Europa Press

Valencia, sede de la cumbre mundial universitaria de Banco Santander

Alrededor de 1.300 rectores, representantes académicos, investigadores, emprendedores y empresarios se dieron cita en Valencia en el V *Encuentro Internacional de Rectores Universia* promovido por la plataforma internacional de Banco Santander. En la imagen, la presidenta del banco Ana Botín, con el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y el de la Generalitat, Ximo Puig.

Nuestras revistas sectoriales en todos los formatos digitales

Agro • Agua y Medio Ambiente • Alimentación y Gran Consumo
Buen Gobierno, Luris&lex y RSC • Capital Privado • Catalunya • Comunitat Valenciana
Digital 4.0, Factoría & Tecnología • Energía • Franquicias, Pymes y emprendedores
Inmobiliaria • País Vasco • Sanidad • Seguros • Movilidad y Transporte



Accede y descarga desde tu dispositivo todas las revistas en: revistas.eleconomista.es/
Síguenos en nuestras redes sociales: @eleconomistaes    

Dos legislaturas sin acortar la distancia en renta y productividad

El balance económico de los 8 años del 'Botànic' ha sido positivo en creación de empleo, pero apenas ha tenido efectos a la hora de reducir la distancia de la economía valenciana con la española en aspectos como la propia tasa de paro, la riqueza por habitante o la productividad.

Ángel C. Álvarez. Fotos: eE

Una vista de la ciudad de Alicante.





La exportación se ha mantenido como una de las grandes fortalezas de la economía regional.

Después de dos legislaturas del Gobierno de coalición de izquierdas valenciano que se bautizó así mismo como el *Botànic* llega la hora de hacer balance de lo que ha supuesto su gestión a la economía valenciana con los datos en la mano. Después de unos últimos cuatro años en que la Comunitat Valenciana se ha visto golpeada por crisis que nadie podía imaginar, como la pandemia del coronavirus que provocó un parón masivo de la actividad y la posterior crisis por la guerra en Ucrania, lo cierto es que las grandes cifras macroeconómicas han demostrado una mayor resiliencia de lo que era esperable.

Si hay un apartado en que el *Botànic* puede presumir de músculo económico es el del empleo. El propio presidente y candidato socialista no deja de recordar que desde que llegó al Palau de la Generalitat Valenciana el número de ocupados ha aumentado en 450.000 personas en la Comunitat Valenciana.

Según los datos de la última Encuesta de Población Activa (EPA), en el primer trimestre de este año la Comunidad Valenciana contaba con 2.206.300 ocupados, frente a los 1.836.000 registrados en el mismo trimestre de 2015. El incremento del empleo según las estadísticas es evidente, pero también lo es que el paro en Comunitat Valenciana sigue estando por encima de la media española y que en estos ocho años la foto final en cuanto a la comparativa con el conjunto del país apenas se ha recortado. A finales de 2015 la tasa de paro autonómica y la es-

tatal superaban el 20%, con una tasa superior en el caso autonómico de 55 puntos básicos superior a la nacional. A finales del año pasado las dos se habían reducido significativamente, hasta el 13,55% en el caso valenciano, pero ahora 66 puntos básicos por encima del ratio medio español.

Esa diferencia entre el territorio valenciano y el resto de autonomías no es algo limitado al empleo. También existe en materia de otros grandes datos

3.211

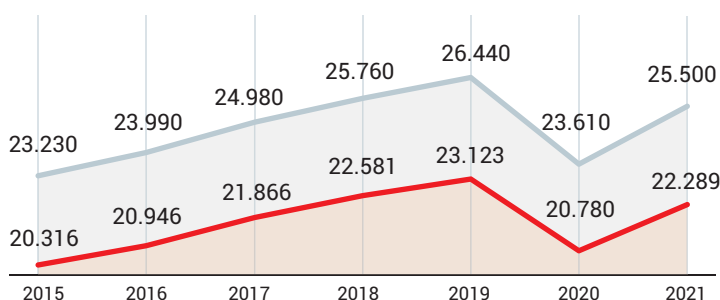
Euros menos al año es la diferencia en PIB per cápita de la región con la media española

macro fundamentales para medir la salud económica, como su grado de riqueza y la productividad. En el caso del PIB, la evolución ha estado marcada por el impacto del Covid. Así, el desplome del PIB en 2020 fue del 10,9%, 4 décimas menos que la media, mientras que en 2021 el repunte fue similar, del 5,6% frente al 5,5% español. Con todo, los informes analistas como los de Funcas estiman que será este año cuando la economía autonómica podrá recuperar el nivel previo a la pandemia frente a otras autonomías que ya lo consiguieron en el año 2022 como Aragón, Murcia, Castilla-La Mancha, Galicia o Navarra.

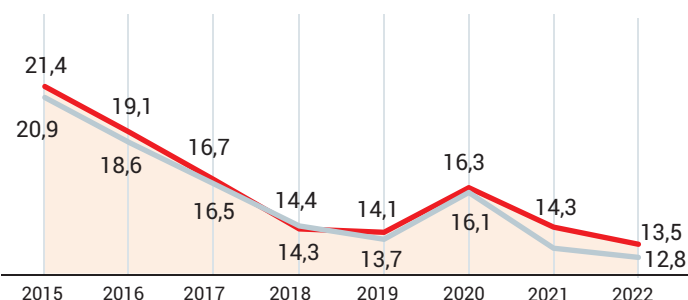
Balance económico de las dos últimas legislaturas en C. Valenciana

■ C. Valenciana ■ España

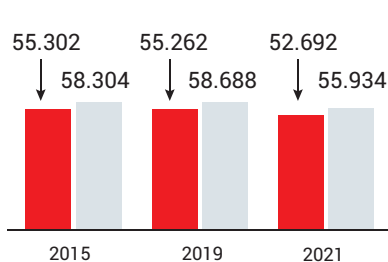
PIB per capita en euros



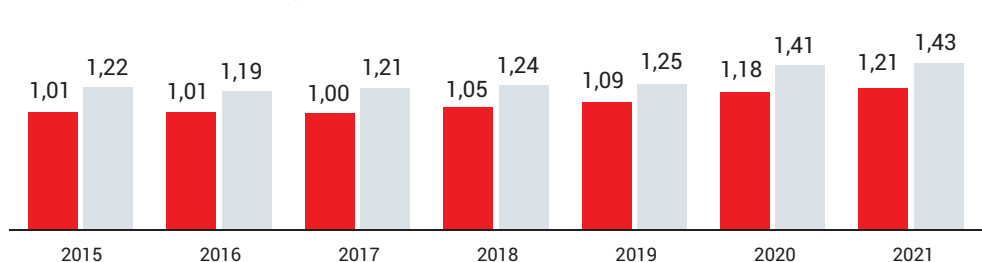
Tasa de paro, cuarto trimestre en porcentaje



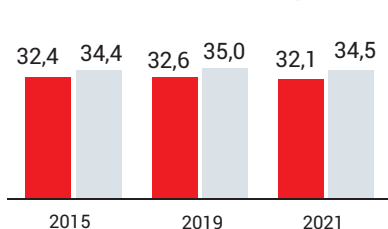
Productividad por ocupado, en €



Gasto I+D+i/PIB en porcentaje



Productividad Por hora trabajada, en €



Licitación de obra pública en C. Valenciana, en millones de euros

	2014	2018	2022
Total	576,51	1381,46	2.973,95
Generalitat	147,06	289,78	806,31
Estado	141,91	653,26	1.166

Fuente: INE, Ivie y Seopan.

elEconomista

Más preocupante es el análisis de uno de los tradicionales indicadores de riqueza de un territorio, el PIB per cápita. En 2015 se situaba en 20.316 euros, es decir 2.914 euros menos por habitantes que en la media española. En estos años, esa diferencia entre la autonomía y el conjunto de España no se ha recortado. En 2021 (último dato disponible) la valenciana se situaba en 22.289 euros, con lo que la diferencia en porcentaje incluso ha crecido una décima respecto al inicio de la legislatura: la media española es un 14,4% superior a la valenciana. La autonomía se sitúa como la número 12 si se compara con el resto de comunidades autónomas y muy lejos de territorios como Madrid y País Vasco, pero también de vecinos como Cataluña y Aragón.

Otro de los puntos débiles de la economía valenciana y una de las causas de esa menor riqueza generada es la productividad. Un elemento fundamental en el que la región tradicionalmente ha estado por

debajo de la economía española y que también se ha visto golpeado por la pandemia. En 2015, la productividad por empleado era de media un 5,42% superior en toda España que en Comunitat Valenciana y en 2021 el diferencia ha aumentado al 6,15%. En el caso de las horas trabajadas, la productividad valenciana era dos euros menor que la media española en 2015 y según el último dato se ha ampliado hasta 2,4 euros por hora.

La conclusión es que la brecha que en las últimas décadas se ha abierto entre la región y el resto de España en términos de grandes cifras macroeconómicas no sólo no se ha reducido sino que incluso en algunos casos se ha ensanchado ligeramente. Pese a las advertencias de instituciones como el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie), que en un informe reciente sobre los retos económicos valencianos consideraba que los "pobres resultados" en productividad explican bue-



Nuevas empresas instaladas en la primera fase del parque empresarial Parc Sagunt I en el municipio valenciano.

na parte de esa brecha en la riqueza de la región con respecto al conjunto de España, sigue siendo un aspecto aparcado en la agenda política y ni siquiera se ha mencionado al plantear cuestiones tan mediáticas como la semana laboral de cuatro días y la prueba piloto anunciada a bombo y platillo por el Ayuntamiento de Valencia.

Exportaciones a pruebas de bomba

En los últimos ocho años la Comunitat Valenciana también ha desarrollado algunas de sus grandes fortalezas económicas. Especialmente significativo ha sido el papel del sector exterior, que ha mostrado una resistencia a prueba de bombas a golpes como la pandemia, el *Brexit*, los problemas de la cadena de suministro mundial después y los efectos de la guerra de Ucrania. El año pasado las ventas a otros países de productos valencianos superaron los 39.621 millones de euros, un 39% más que en 2015. Un crecimiento que además ha dejado muestras de la importante diversificación de la economía autonómica, ya que los dos grandes motores tradicionales, la automoción y el agroalimentario, así como otros puntales como cerámica y calzado, han pasado en los últimos años por distintos baches coyunturales.

Si algo ha marcado el discurso político de los socios de izquierdas del *Botànic* desde que asumieron el Gobierno autonómico ha sido el incremento del gasto público y una continua expansión del presupuesto, primero alentada como reacción a los re-

cortes de los años anteriores por la crisis financiera. Los presupuestos autonómicos consolidados para este año han superado los 30.000 millones de euros, 11.600 millones más que los de 2016 lo que supone un incremento del 63%.

Un fuerte aumento del gasto que el *Botànic* justifica para el gasto destinado a servicios sociales y que ha tenido también su reflejo en otros ámbitos, como el de la licitación pública, que tras años de sequía se ha visto favorecido por unos fondos Next Generation que están teniendo más impacto en los



Los presupuestos autonómicos han engordado un 63% y la licitación se ha multiplicado

balances de la Administración Pública que en las empresas. Si se compara el importe de los datos licitados del año anterior a las elecciones de 2015 con las cifras de 2022, la inversión licitada en Comunitat Valenciana se multiplica por más de cinco, hasta casi 3.000 millones de euros.

Aunque es cierto que la mayoría de ese incremento corresponde al Estado y sus organismos dependientes, en el caso de la Administración autonómica el volumen de inversión también ha pasado de menos de 150 millones a más de 800 millones.

**Salvador Navarro**

Presidente de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV)

Sin entrar en política

Los empresarios no entramos en política. Ejercemos nuestro derecho al voto como ciudadanos individuales, pero como representantes empresariales dejamos la ideología en casa. Tiene que ser así para precisamente no distorsionar nuestro papel como defensores de los intereses empresariales, sin que esto nos impida trabajar desde la lealtad y el respeto institucional, pero sin tener en cuenta las siglas.

Digo esto cuando llevamos tiempo con las miradas puestas en la gran cita con las urnas del 28 de mayo, en plena campaña electoral y con los diferentes programas electorales llenos de promesas. Promesas que tendrán que cumplir y, como parte de la sociedad civil que somos, estaremos pendientes de que así sea.

Y digo esto, también, siendo muy consciente de cuál es la realidad que viven nuestras empresas y cuánto necesitan unas buenas políticas públicas. Porque seguimos en un momento de incertidumbre económica en parte provocado por la invasión rusa de Ucrania. Porque la desaceleración económica global, los elevados costes energéticos y de materias primas, los altos niveles de inflación y la subida de tipos de interés acentuaron en el último trimestre del año pasado el ritmo de ralentización de la actividad económica de la Comunitat Valenciana. Porque el incremento de la fiscalidad, de las cotizaciones sociales y de los costes salariales amenazan la creación y el mantenimiento del empleo, y porque los sectores más afectados por el actual contexto económico siguen sin recibir el apoyo y ayudas que sí tienen sus competidores.

Esta es la realidad que debemos hacer llegar a los candidatos a las diferentes administraciones y, a partir de ahí, sin entrar en política, claro que estamos abiertos a escuchar todas las propuestas, pero también queremos ser escuchados y, sobre todo, atendidos. Por ello, como antes de cada cita electoral, desde la CEV hemos preparado un documento de prioridades y propuestas empresariales encaminadas a favorecer el crecimiento económico y social de este territorio, generar empleo y seguir siendo competitivos. Propues-



tas que no queremos que queden en un cajón o en un programa electoral, sino que se conviertan en una meta para los futuros gestores públicos.

Necesitamos políticas dirigidas a promover una estrategia efectiva de atracción y retención de inversiones, porque ello contribuirá al desarrollo económico de nuestra Comunitat y tendrá un efecto tractor en nuestras empresas. En este sentido, consideramos fundamental contar con una administración más ágil, eliminando el exceso de burocracia y mejorando la eficiencia de los procesos, que eviten que los nuevos proyectos se pierdan en los despachos.

Son muchas las empresas que se están interesando por la Comunitat Valenciana, por lo que debemos generar estímulos que favorezcan su decisión. Es innegable que, si queremos ser más competitivos, necesitamos una fiscalidad que también lo sea, aligerando la carga fiscal de los agentes económicos y retrasando o eliminando la entrada en vigor de nuevos tributos.

Necesitamos políticas que nos ayuden a avanzar hacia procesos productivos más sostenibles y hacia una estrategia de descarbonización energética eficiente, pero no a cualquier precio. Tenemos empresas comprometidas, pero necesitamos que los objetivos y las exigencias medioambientales sean realistas, acorde con la coyuntura económica actual y atendiendo al grado de adaptación de la tecnología; que se garantice la unidad de mercado, la seguridad jurídica y la viabilidad competitiva de las obligaciones normativas y fiscales en materia medioambiental exigidas a las empresas, para no comprometer su viabilidad y situarlas en desventaja frente a otros territorios.



Si queremos ser más competitivos necesitamos una fiscalidad que también lo sea, aligerando la carga fiscal

Necesitamos una estrategia de política industrial para la modernización y digitalización de los sectores productivos y la renovación de las Áreas Industriales de la Comunitat Valenciana con una adecuada dotación de infraestructuras y servicios; dotar de seguridad jurídica al comercio, con un marco normativo consensuado que favorezca la eficiencia del sector; políticas y planes de vivienda y urbanismo realistas y acordes a las necesidades de vivienda; y apoyar y sentirse orgullosos de nuestro sector turístico, no castigarlo con impuestos injustos y contrarios a su desarrollo.

Necesitamos la identificación y planificación de infraestructuras prioritarias; la defensa activa del trasvase Tajo-Segura; la agilización de las obras del Corredor Mediterráneo y del Corredor Cantábrico-Mediterráneo; así como el desarrollo y modernización de nuestros puertos.

Y no necesitamos, sino que exigimos, la reforma del modelo de financiación autonómica, para que la Comunitat Valenciana tenga la financiación que le corresponde por población, como también que se condone la deuda generada por tantos años de injusta infrafinanciación.

En definitiva, de lo que se trata es de remar hacia un mismo punto, que no es más que hacia el progreso económico y social de la Comunitat Valenciana. Para ello, hay dos fórmulas que han resultado muy efectivas en esta última etapa: la apuesta por la colaboración público-privada, para ofrecer mejores servicios públicos y de mayor calidad; y el diálogo social, que permite la escucha activa de los diferentes actores sociales en pro de alcanzar acuerdos que redunden en beneficio del bienestar general a través del consenso.

Les aseguro que las empresarias y empresarios de esta autonomía pondremos todo nuestro empeño en mantener el buen clima existente hasta ahora y lo haremos tan solo bajo nuestras propias siglas, que son a través de las que seguiremos defendiendo nuestros intereses, independientemente del resultado electoral.

Más de mil millones en promesas para la cita con las urnas

La lista de anuncios antes de las elecciones van de macrohospitales a líneas de tranvía o las ampliaciones de la Ciudad de la Justicia y la Ciudad de las Artes en Valencia.

Á. C. Álvarez. Fotos: eE

En una época en que los periodos electorales cada vez se hacen más largos también aumenta la larga lista de promesas en inversiones con las que se intenta atraer a los votantes a su lado. Durante las últimas semanas una sucesión de cargos públicos de la Generalitat, empezando por el propio presidente, el socialista Ximo Puig, se han encargado de anunciar inversiones millonarias pese a no estar recogidas en los presupuestos y a que dependerán de a quien den su confianza los valencianos en las urnas.

La gran estrella de las inversiones prometidas desde el Gobierno valenciano es sin duda la Sanidad. No en vano se ha convertido se ha convertido en la mayor preocupación personal para los ciudadanos





El conseller de Sanidad, Miguel Mínguez, y Ximo Puig, con una maqueta del nuevo Arnau de Vilanova en Paterna.

de la Comunidad Valenciana, por delante del desempleo, según los datos del último barómetro encargado por la Generalitat. En esa carrera, tanto el PSPV como el PP han anunciado deducciones fiscales para aplicar a gastos sanitarios como los vinculados al cuidado de la boca o la vista. Y en las semanas previas a la campaña electoral, el propio presidente ha sido el encargado de poner de largo tres grandes proyectos sanitarios que suman más de 530 millones de euros de inversión prevista y que, además, se reparten en las tres provincias.

El mayor de ellos es la creación de nuevo macro-complejo que sustituya al actual Hospital General de Castellón. Un nuevo espacio sanitario que se prevé construirá junto al actual hospital, en una parcela de 65.000 metros cuadrados y con una superficie total de 145.000 metros cuadrados, lo que supone una superficie 2,5 veces mayor que las actuales instalaciones. Un macrocomplejo para el que se prevén que serán necesarios más de 240 millones de euros. Al reto de las obras que supondrán crear un complejo de tales características, con 700 habitaciones individuales frente a los 270 cuartos dobles actuales, se sumará la complejidad de compatibilizar el mantenimiento de la actividad sanitaria con los trabajos. De hecho, por sus dimensiones y presupuesto, su plazo se prolongará más allá de una legislatura. La Conselleria de Sanidad ha llegado a estimar en una década el tiempo necesario, aunque el propio Puig no dudó asegurar que su intención es rebajar el plazo a 5 años.

Otro macrohospital es una de las grandes promesas de los socialistas para el que muchos denominan el cinturón rojo de Valencia, los grandes municipios del área metropolitana con alcaldes tradicionalmente socialistas. Precisamente en uno de esos feudos, Paterna, tiene previsto construir el nuevo hospital que sustituirá al Arnau de Vilanova, un centro hasta ahora ubicado en la ciudad de Valencia pero encargado de atender a más de 330.000 personas de más de 50 municipios. El nuevo macrocentro anunciado

530

Millones de euros para hospitales en Castellón, Paterna y Alcoy ha anunciado Puig estas semanas

triplicará la superficie del actual con más de 420 camas y costará otros 208,5 millones de euros. En este caso las obras empezarán como pronto el próximo año, y, según las previsiones, tampoco estarían acabadas antes de la siguiente legislatura. La tercera pata en las promesas de nuevas infraestructuras sanitarias también se ubica en otro feudo socialista, la población alicantina de Alcoy, donde el candidato socialista ha anunciado 81 millones de euros para ampliar el Hospital Virgen de los Lirios.

Precisamente en la provincia de Alicante una de las grandes reivindicaciones históricas en infraestruc-

turas es una línea férrea que una las poblaciones de la costa con Alicante por el sur y Valencia por el norte, ya que la línea ferroviaria une ambas capitales por el interior. Desde Valencia las vías de Cercanías llegan a Gandía, mientras que entre Alicante y Denia la empresa autonómica FGV gestiona la línea del antiguo trazado de vía estrecha. El elevado coste de un nuevo trazado ha llevado al Gobierno autonómico a intentar compensar esa demanda con un tranvía entre Denia y Gandía, para el que estima una inversión de 250 millones de euros, aunque lo único que se ha realizado hasta ahora es la licitación de un estudio que aún no se ha realizado. De hecho, el horizonte es que las obras no empezarán hasta 2027, aunque eso no ha sido óbice para venderlo ante los votantes de esas comarcas, y más al coincidir también con los comicios municipales.

De hecho, la ampliación de las líneas de la red de metros y tranvía de Valencia y Alicante también se encuentra en los programas no sólo de los socialistas. Compromís y el PP también las repiten varias veces en sus promesas electorales tanto autonómicas como locales.

Puig también ha recurrido al agua en Alicante como gancho, con más de 200 millones de euros para ampliar y mejorar la red de depuradoras y, de esa forma, también aumentar el uso de agua recuperada y reutilizada en una zona donde ese líquido vital es un motivo continuo de batalla política. En el caso de la Administración de Justicia también ha anunciado su intención de duplicar la actual Ciudad de la Justicia en Valencia que se inauguró hace ahora dos décadas y que ya se considera que ha llegado a su tope. Otros 80 millones de euros previstos, pero que no se licitarán tampoco hasta el próximo año.

Entre los anuncios sorpresa, Puig incluyó la ampliación de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, uno de los proyectos emblemáticos del PP criticados duramente por los partidos de izquierda y que sigue generando deuda y pérdidas año tras año para las arcas públicas. Su intención es ampliar el recinto con un proyecto por definir para el que convocará un concurso internacional en el suelo que se iba a destinar a costear parte de la inversión.

Fiebre por 'renaturalizar'

En el caso de la mayor ciudad de la Comunitat, el gran anuncio inversor preelectoral está ligado al fi-

La mayoría de las actuaciones prometidas no se podrá ejecutar en una sola legislatura

nal de la actuación que más ha marcado a la ciudad en medio siglo: el desvío del Turia tras la riada y la transformación del antiguo cauce en un gran parque con grandes equipamientos deportivos y culturales, incluida la propia Ciudad de las Artes. Hace apenas unas semanas el Ayuntamiento anunció el proyecto que dará forma al tramo final del antiguo cauce hasta la fachada marítima, que pretende recuperar un aspecto que evoque precisamente al río con gran vegetación. Con 35 millones de euros previstos, tampoco arrancará antes de 2024.

A ello se suma el proyecto de *renaturalizar* el cauce artificial al que se desvió el Turia, en este caso de la Administración autonómica que afecta a varios municipios en torno a Valencia y está cifrado en 15 millones de euros.



La socialista Sandra Gómez y el alcalde de Valencia de Compromís, Joan Ribó, con los planos para el tramo final del Jardín del Turia.

Logística

El fondo soberano de Singapur compra dos centros a Improving



El operador logístico valenciano Improving Logistics ha cerrado un acuerdo para la venta de dos centros que suman 25.000 metros cuadrados en Picasent (Valencia) a uno de los grandes inversores en Europa en estos activos inmobiliarios, P3 Park Logistics, que pertenece al 100% al fondo soberano de Singapur GIC. El traspaso se ha materializado mediante una operación de *Sale & Lease*, de forma que Improving continuará como inquilino de esas naves logísticas en alquiler.

Con esta adquisición P3 Parks aumenta su cartera patrimonial en la región, donde supera los 127.000 metros cuadrados en propiedad. Entre ellos desta-

ca la plataforma logística que opera Amazon en Onda (Castellón), además de centros en Algemesí y Massalavés en la provincia de Valencia.

La operación permite al operador valenciano contar con 240.000 metros cuadrados de superficie logística en toda la Comunitat Valenciana. El grupo familiar valenciano está especializada en almacenamiento, manipulados y transporte dirigido a clientes de la industria, el comercio electrónico y la gran distribución la posibilidad de asumir manipulados tales como retrabajos, revisiones, embalado o trasvases. Asimismo, proporciona servicios de premontaje, montaje y ensamblado de piezas.

Distribución

El dueño de Economy Cash y Nudisco invertirá 35 millones



El dueño del importador y envasador de conservas alimentarias Nudisco y de la cadena de supermercados Economy Cash, que opera fundamentalmente en la Comunidad Valenciana y Murcia, tiene previsto invertir más de 35 millones de euros para concentrar su actividad y reducir costes en un gran complejo fundamentalmente logístico en Oliva (Valencia). La sociedad matriz de ambas compañías, Alcaraz & Ortega Investment, que pertenece al director general y dueño de ambas firmas, el empresario alcazano Miguel Ángel Alcaraz, ha iniciado la tramitación para llevar a cabo sus planes en 90.000 metros cuadrados que adquirió el año pasado.

El proyecto incluye la urbanización del suelo y la adaptación las naves ya existentes, junto con la construcción de las nuevas edificaciones para concentrar sus centros de producción y logística en un único emplazamiento. El grupo prevé crear 500 puestos de trabajo nuevos, entre directos e indirectos, y el mantenimiento del empleo existente, que superan las 1.300 personas incluyendo el personal de las 47 tiendas de la cadena de supermercados Economy Cash. El *holding* que integra a Nudisco y Kuups (la sociedad que gestiona Economy Cash) alcanzó un negocio consolidado de 204 millones de euros en su último ejercicio.

'Startup'

El grupo de Central Lechera Asturiana entra en Naria



Naria, startup de Castellón que ofrece una plataforma digital de trazabilidad *blockchain* a de la cadena alimentaria, ha logrado 400.000 euros en una ronda de inversión liderada por Capsa (el grupo alimentario de Central Lechera Asturiana), además de The FoodTechLab y Javier Artiach. La firma es la responsable de la iniciativa *Nadie sin su ración diaria*, que permite frenar el desperdicio alimentario al dirigirlos a personas y colectivos sociales que los necesitan poniendo en contacto a hostelería y grupos alimentarios con asociaciones y ONG. El objetivo de Naria es que la compañía pueda alcanzar la rentabilidad y *ebitda* positivo este 2023.

Naria tiene como objetivo invertir este capital en lograr crecimiento comercial a través de la ampliación del equipo y la orientación del departamento de desarrollo de negocio a la generación de un impacto positivo en la cuenta de resultados de la compañía. A su vez, la inversión sustentará el escalado del posicionamiento en España y la internacionalización de las soluciones. Actualmente, el equipo de Naria está formado por 16 personas y se espera que la plantilla crezca este año por encima del 10%. La empresa castellanense también ha comenzado su expansión internacional en los mercados de América Latina y Noruega.

JAVIER BARAHONA

Presidente de la Asociación Valenciana del Vehículo Eléctrico (AVVE)



“La nueva movilidad no es pasar de un coche de combustión a uno eléctrico, es un cambio social”

Javier Barahona es un ejemplo de la hornada de jóvenes ingenieros valencianos atraídos por el emergente sector de la movilidad eléctrica. Fundador y CEO de la ‘startup’ de ingeniería castellanense Abervian, desde finales del año pasado preside la asociación que pretende cimentar un nuevo polo innovador e industrial regional.

Por Ángel C. Álvarez. Fotos: eE

¿Con qué objetivos nació la asociación?

La asociación nació hace doce años de la mano un equipo fundador muy motivado con todo lo que tiene que ver con movilidad eléctrica y con la principal función de dinamizar y promover todas esas formas de nuevo transporte eléctrico en un momento muy diferente al actual, en el que todavía había muchos miedos e incertidumbres porque algunas cosas estaban muy verdes. Poco a po-

co hemos ido rompiendo esas barreras de los usuarios a la hora de dar el paso hacia la movilidad eléctrica, con charlas y eventos, estando al lado de organismos públicos y ayuntamientos. También de distribuidores, fabricantes de vehículos y de soluciones de movilidad eléctrica que somos los que formamos la asociación.

¿El ‘boom’ que vive ese sector ha cambia-

do esos objetivos?

Nos plantamos en 2022 en un momento en el cual consideramos muy cumplidos los primeros objetivos de la asociación. Esas barreras que existían para la movilidad eléctrica hoy están muy rotas: los ciudadanos son muy conscientes de las necesidades y las bondades de la movilidad eléctrica, las Administraciones Públicas están haciendo una apuesta clara. Por eso en septiembre hemos dado un paso más allá, viendo el enorme peso que tiene la cadena de valor industrial valenciana dentro de la movilidad. Hay un sistema enorme que abarca empresas muy consolidadas y otras muy nuevas, con muchísimas *startups* en torno a la movilidad, y creemos que necesitan ser representadas y entender sus necesidades. E, incluso, ir más allá y generar sinergias entre esta cadena de valor y consolidar el sector.

¿Cuántas empresas están ahora en la asociación y qué áreas abarcan?

más empresas de distribución de vehículos eléctricos y también a las Administraciones instalando cada vez más puntos de recarga o planificando elementos de movilidad ligera para el intercambio de patinetes o motos. Y por el lado industrial se han alcanzando grandes victorias en la parte de electrificación de automóviles tras una lucha enorme para que la planta de Ford fabrique aquí coches eléctricos para que se concediera la cualificación de los principales vehículos eléctricos de la marca aquí en Valencia. Tenemos un ecosistema industrial, que poco tiene que envidiar a otras regiones, en el sentido de cuenta con grandes empresas y mucha colaboración público-privada.

¿Cuáles son los deberes por hacer para aprovechar esta oportunidad?

Tenemos que mejorar en colaboración entre empresas. Muchas veces pecamos de buscar la pieza que nos falta fuera sin saber que aquí al lado tenemos enormes solucio-

“Hay muchas empresas y ‘startups’ de movilidad que tienen que ser representadas y generar sinergias”

“Muchas veces pecamos de buscar la pieza que nos falta fuera sin saber que tenemos muchas soluciones aquí al lado”



Actualmente somos una veintena de empresas. Estamos en un periodo de crecimiento. Lo que queremos conceptualmente es centrarnos en varias grandes líneas: recarga de vehículo eléctrico, automoción, movilidad ligera, movilidad industrial y ciudades sostenibles. Queremos cubrir un perfil de empresas que van desde la ingeniería y el fabricante, al instalador y el mantenimiento. En definitiva, toda la cadena de valor y también que cada vez más tengan un papel más protagonista los grupos de conocimientos como centros tecnológicos, universidades, etc., que al final son los que pueden alimentar la base para afrontar los retos tecnológicos.

¿Se puede hacer un balance de lo que supone el sector en Comunidad Valenciana?

Estamos haciendo ahora un trabajo para cuantificar la movilidad eléctrica en la región. Cualitativamente lo que vemos es cada vez

nes. Hay grandes empresas, grandes emprendedores y todo un elenco de soluciones para esas empresas. Creo que es uno de los retos pendientes. El mensaje sería que vamos por buen camino, pero nunca es suficiente, y tenemos que seguir apostando, tenemos que seguir progresando y no perder oportunidades.

¿La infraestructura de puntos de recarga es un freno para el despegue de la movilidad eléctrica en la región?

Es cierto que hay problemas burocráticos con los puntos de recarga. Por un lado se pide que haya un porcentaje de puntos instalados en los *parkings* por un número de plazas, pero después se ponen muchísimas complicaciones y trabas. Los tiempos para la concesión de los permisos para un punto de acceso es un problema importante. Y no solo hay que velar por instalar puntos de recargas, si-

no por garantizar que estén operativos. Hay informes a nivel nacional que indican que hasta un 25% del parque de cargadores no se encuentra en funcionamiento o bien por temas de vandalismo o bien por que todavía no está dado de alta. No es suficiente hacerse la foto con el punto de recarga.

¿Cómo se puede conciliar la nueva movilidad y la antigua movilidad que sigue siendo imprescindible para muchas personas?

Una de las cosas que todo el mundo tenemos que entender es que la nueva movilidad no va a consistir en que yo antes conducía un coche de combustión y ahora conduzco un coche eléctrico. La electrificación del transporte pasa por un cambio social de paradigma en cuanto a los modos de uso del vehículo en todas sus acepciones, tiene que haber una transformación completa. Y para conseguir que se acelere, hay que hacerlo siempre respetando al ciudadano. No se puede pretender limitar la movilidad a personas

rías ya sea para la aplicación de vehículos eléctricos o de movilidad ligera o de almacenamiento, es clave. Al final nos libera de la dependencia del mercado asiático, de su fluctuación de precios y de los riesgos que hemos visto estos años cuando el transporte o una situación geopolítica no acompaña.

Hasta qué punto las empresas valencianas vamos a ser potenciales proveedores es todo un desafío, todo estamos expectantes y nos encantaría que así fuera. Veremos cómo de aperturista es el modelo de PowerCo en cuanto a la contratación de empresas locales. Estamos ilusionados y trataremos hacer lo posible para que mostrar esas fortalezas.

¿Son necesarias más instalaciones como la de VW para el despegue del sector?

A pesar de la inmensidad del tamaño que puede tener la gigafactoría, el porcentaje de la demanda de celdas que puede haber en

“Hay informes que hablan de que hasta un 25% del parque de cargadores no funciona por vandalismo o no está dado de alta”

“Hasta qué punto las empresas valencianas vamos a ser proveedores potenciales de PowerCo es un desafío”



con un vehículo de combustión y sin otro medio de transporte, porque es una limitación enorme. Se tiene que hacer sin dejar atrás a nadie.

¿Hasta qué punto la gigafactoría de Sagunto contribuye a crear un gran polo de la movilidad eléctrica en Valencia?

La gigafactoría de PowerCo o de Volkswagen en Sagunto desbloquea un punto clave en la cadena de valor del sector de las baterías. Lo que llamamos fabricantes de baterías en España actualmente en realidad son integradores de celdas, que principalmente se fabrican China y Taiwán. Aunque aportan muchísimo valor en ese camino en la parte de diseños eléctricos, mecánicos y electrónicos, la materia prima viene de fuera y eso supone una dependencia. El tener un proveedor local de celdas aquí en España que pueda proveer a la cadena de valor de las bate-

España es muy pequeño comparado con el de todo el mundo. Es un primer paso desde luego tiene que venir acompañado de muchísimos más, si no continuaremos en la misma dinámica que importar a otros países.

El clúster regional de la industria de la automoción, Avia, se ha definido también como de movilidad. ¿Hay una batalla por la representatividad del sector?

En nuestro caso intentamos encontrar siempre sinergias y puntos en común para los que para nosotros es el foco, que es promover la penetración masiva del vehículo eléctrico. Todo el mundo que esté llamado a sumar ahí, está a nuestro lado. No vamos a estar nunca en ningún tipo de polémicas ni de exclusiones. Vamos a buscar siempre la colaboración máxima. Aún no ha surgido ninguna oportunidad de hacerlo, pero estoy seguro que a futuro así será.

Seguros

Mapfre aumenta su negocio valenciano un 35% hasta marzo



El negocio de Mapfre en Comunitat Valenciana se ha incrementado un 35,4% entre enero y marzo de 2023, alcanzando los 288,4 millones de euros en volumen de primas. Esta región representa cerca del 9% del negocio total del grupo asegurador en España, que en el primer trimestre ingresó primas por valor de 3.211 millones de euros. La compañía cuenta con una cuota de mercado del 12,6% en 2022, según datos publicados por ICEA.

El negocio de vida es en el que Mapfre ha experimentado un mayor crecimiento en esta comunidad autónoma en el primer trimestre, alcanzando los 91,5 millones de euros, lo que representa un creci-

miento del 247,9% respecto al mismo periodo de 2022. Este crecimiento se debe en gran parte a los nuevos productos de ahorro garantizados que la compañía ha puesto en el mercado.

Por su parte, el negocio de salud también ha tenido en este primer trimestre un importante crecimiento en la región, en concreto más del 10,5%, superando los 63,6 millones de euros. En esta comunidad cuenta con cerca de 93.000 clientes en este ramo. En automóviles, la compañía alcanzó un volumen de primas de más de 50,2 millones de euros entre enero y marzo (+3,9%), con más de 560.000 vehículos asegurados en la región.

Profesionales

Marina Sender repite como presidenta del Colegio de Arquitectos



La hasta ahora presidenta del Colegio Territorial de Arquitectos de Valencia, Marina Sender, ha revalidado su cargo tras los comicios que se han celebrado en el colegio profesional. Sender, que inició su anterior mandato en 2020, encabezó la lista paritaria "CTAV Crece" que logró el respaldo de los profesionales. La lista la completan Málek Murad como vicepresidente, Pablo Peñín como secretario, Isabel Navarro como tesorera, Carlos Salazar como vocal de Cultura y Marina Bernardo como vocal suplente.

La presidenta del colegio es Doctora Arquitecta por el Departamento de Expresión Gráfica Arquitectónica,

imparte clases en el Grado en Fundamentos de la Arquitectura en la ETSAV, en el Máster de Conservación del Patrimonio y en el Máster de Arquitectura Avanzada, Paisaje, Urbanismo y Diseño de la UPV. Autora de varios libros y artículos sobre el dibujo arquitectónico, la expresión gráfica arquitectónica y la intervención sobre el patrimonio arquitectónico, alterna su actividad académica e investigadora con la actividad profesional, habiendo obtenido premios y menciones en el campo de la Arquitectura y el diseño, destacando entre otros, el Premio de Arquitectura del Colegio Oficial de Arquitectos (2002) en la categoría de edificación.

Inmobiliario

Aedas entrega 490 viviendas en la región en el año 2022



La inmobiliaria Aedas Homes, la promotora especializada en el sector residencial, ha entregado durante su último ejercicio cerrado el pasado 31 de marzo un total de 490 viviendas en la Comunitat Valenciana, según la propia compañía. De esa cifra, 379 viviendas han correspondido a clientes particulares (*Build to Sell*), además de 111 inmuebles a clientes institucionales (*Build to Rent*) destinadas al alquiler en Valencia, debido a un proyecto situado en el barrio de Patraix.

"La Territorial de Levante y Baleares vuelve a confirmarse como una región estratégica para el desa-

rollo del negocio de Aedas Homes", según su director territorial en Levante y Baleares, Juan López, quien remarca que la compañía se afianza aún más como promotora de referencia en el mercado residencial de obra nueva en el arco mediterráneo tras alcanzar ese elevado número de entregas. La promotora cuenta con un equipo de 30 personas en esta delegación territorial. Por provincias, las entregas de Aedas Homes se distribuyen en la provincia de Valencia, con 347 unidades en Valencia ciudad y el municipio de Mislata, mientras que en la provincia de Alicante cerró el traspaso de 143 en Alicante ciudad y Denia.



Hoteles en la ciudad de vacaciones de Marina d'Or en Oropesa.

La inversión extranjera crece por los fondos pese a los 'palos' en vivienda

En plena batalla electoral con la vivienda como tema central, uno de los principales enemigos de los socios de Compromís y Podemos, los grandes fondos internacionales, han permitido al Gobierno de coalición sacar pecho con la segunda mayor cifra de inversión extranjera de este siglo.

Á. C. Á. Fotos: eE

La inversión extranjera se ha convertido en uno de los principales argumentos a los que recurre el presidente de la Generalitat Valenciana, el socialista Ximo Puig, en plena campaña electoral para presumir de gestión económica. Y es también una bandera a la que, paradójicamente, también se agarran sus socios de Compromís y Podemos en el Consell para escenificar los logros de la coalición en la Administración autonómica. Más allá de

los anuncios de la gigafactoría de Volkswagen y la continuidad de Ford en el coche eléctrico, el último dato de inversión extranjera en la Comunitat Valenciana ha disparado el triunfalismo de los partidos de izquierdas frente a las habituales críticas de entorpecer, retrasar e incluso de poner en riesgo la llegada de multinacionales que no han dejado de recibir en las dos últimas legislaturas con polémicas en sectores como el turismo o las renovables.

La cifra oficial es incuestionable y no deja dudas del atractivo de la Comunitat Valenciana. La inversión bruta extranjera en la región ascendió a 2.036 millones de euros el año pasado, lo que representa un crecimiento del 135% respecto a 2021. Y eso a pesar de que en esas cifras no se refleja aún la llegada de la gigafactoría de Volkswagen a Sagunto. Sin duda se trata de todo un hito, ya que es el segundo mejor dato de la estadística oficial durante este siglo, solo por detrás del registrado en 2001, que se cifró una inversión total de 2.771 millones de euros.

La cifra supone un 189% más que la media registrada durante toda la última década y supone todo un espaldarazo a la economía valenciana, pero ello no quita que el análisis pormenorizado de cómo se ha llegado a esas cifras suponga una paradoja, especialmente para quienes a la vez han lanzado duros ataques a los fondos de inversión o a grandes empresas en plena campaña electoral a costa de la polémica por la vivienda o la inflación en la cesta de la compra, como Podemos. El propio vicepresidente segundo y candidato de esa formación aseguraba que iban a ser "implacables con los fondos de inversión" a los que culpaba de la especulación en la vivienda.

Los datos del año pasado revelan que por tipo de operación, el 76% de la inversión corresponde a reinversiones o ampliaciones de empresas extranjeras establecidas, con especial peso de ampliaciones de capital para capitalizar deuda. Otro 22% corresponde a adquisiciones y apenas el 3% a nuevas inversiones como tales. Si se desagregan esas inversiones, queda claro que los protagonistas de esta cifra histórica fueron precisamente los grandes fondos. Es el caso de una de las mayores firmas

mundiales, Carlyle, que a principios del año pasado cerró la compra del grupo esmaltero castellanense Esmalglass-Itaca, rebautizado como Altadia.

También en Castellón, pero en el sector turístico, un fondo de los bautizados como *buitres* aportó su grano de arena. El dueño de Marina d'Or, el fondo Farallo, aunque ya había asumido el control de la empresa como dueño de la deuda del grupo, no fue hasta el año pasado cuando materializó la capitalización de deuda, por más de 100 millones de euros, para convertirse en el titular de más del 99% del complejo turístico.

Si Estados Unidos es la cuna de las grandes firmas de inversión y sumó casi 800 millones de euros en inversión el año pasado en la Comunitat Valenciana, el Reino Unido es otro hogar tradicional de estas firmas. Pese al *Brexit* fue el segundo país por inversión en la región, con 464 millones de euros. También con nombre y apellidos: el productor de mármol y piedra natural Levantina, de Novelda (Alicante) que pertenece a otro fondo, Bybrook. En su caso también ha protagonizado una operación que básicamente ha consistido en capitalizar pasivo y reestructurar deuda, aunque la firma ha comprado una planta en Nules (Castellón) en la que invertirá en total 50 millones de euros para potenciar su línea de piedra sinterizada.

A continuación, se sitúa Francia, con 463 millones de euros. De ese país es el nuevo socio mayoritario del grupo sanitario Ribera, así como del fabricante alicantino de chupetes, biberones y puericultura Suavinex. Por detrás ya se sitúan Austria (con 110 millones de euros) y otros 5 países (Italia, Países Bajos, Suecia, Alemania y Hungría), que superaron la cota de 10 millones de inversión el año pasado.

Instalación
de Levantina
en Novelda.



**Nacho Amiola**

Presidente del Instituto de Estudios Económicos de la Provincia de Alicante (Ineca)

¿Está preparada la economía de la provincia de Alicante para el futuro?

La provincia de Alicante es un territorio diversificado con grandes polos de desarrollo económico, social y político. Esa resiliencia es la que nos ha definido históricamente y ha permitido sortear distintas crisis. Alicante es una provincia atractiva capaz de superarse a sí misma.

La pregunta que nos hacemos es si la provincia está preparada para los cambios en el sistema productivo, económico y social que los avances tecnológicos auguran desde hace algún tiempo y que el entorno económico actual exige.

Desde la última crisis financiera, las empresas de la provincia se han ido adaptando a las nuevas condiciones de trabajo. Se ha cumplido con los acuerdos pactados, se ha lidiado con la inflación, se han reajustado salarios en detrimento de los márgenes de beneficio y, en la medida de sus posibilidades, se han adaptado a las nuevas formas de trabajar apostando por el teletrabajo y la flexibilidad laboral.

Si bien es cierto que hay que seguir trabajando para crear entornos donde el crecimiento, las alianzas y las fusiones empresariales permitan ganar tamaño, mejorar los costes de estructura y competir en un espacio global, el balance es tremendamente positivo y la velocidad de adaptación y resiliencia de las compañías que forman el tejido empresarial alicantino ha sido encomiable.

A pesar de tener un sistema productivo sólido, es imperativo que consigamos convertirnos en referente en atracción de empleo cualificado para subir un escalón más en nuestra potencialidad. El reciente estudio que en Ineca hemos presentado sobre atracción y retención de empleo cualificado puso de manifiesto que más del 50% de los contratos laborales celebrados en los últimos años corresponde a trabajadores con formación básica o sin estudios, lo que debe hacer replantearnos cómo impulsar el empleo de gran valor añadido que llevaría a las empresas y los ciudadanos de la provincia a mejorar.

La provincia de Alicante posee todos los ingredientes para convertirse en el motor del sureste español, pero nos falta apoyo institucional que convierta al terri-



torio en algo excepcional e irrepitible. Somos la quinta provincia en población, PIB y trabajadores afiliados, entre otros indicadores. Alicante cuenta con casi 84.000 empleados en actividades de la industria manufacturera, ocupando el cuarto puesto, solo por detrás de Barcelona, Madrid y Valencia.

Y la misma posición ocupa en sectores tan importantes para la economía como son el comercio al por mayor que da empleo en la provincia a otras 138.000 personas o la actividad inmobiliaria donde trabajan 9.500 empleados. Pero no menos significantes son las siguientes actividades que se presentan en quinta posición, estamos hablando de la hostelería (88.400 empleos), educación (44.400 empleos) y sanidad (62.800 empleos). Y todo esto, unido a una actividad societaria que se sitúa al mismo nivel de intensidad con más de 145.000 empresas, otorgando a la provincia potencialmente unos ingredientes básicos esenciales para mejorar los diversos indicadores socioeconómicos.

Además, la provincia cuenta con cuatro centros universitarios, más de medio centenar de centros de formación especializada, dispone de escuelas de negocios como Fundesem y Aquora, e infraestructuras que son la envidia de muchas ciudades europeas. Con estas impresionantes oportunidades tenemos que ser capaces de mejorar el nivel formativo de nuestros trabajadores con empleos cualificados, de atraer talento profesional altamente cualificado y de sentar las bases de un ecosistema empresarial innovador para que la provincia tenga futuro.



Ineca exige a las Administraciones apoyos solventes para que la recuperación no se vea comprometida

Pero este esfuerzo debe ir acompasado de apoyo institucional a todos los niveles. Existen una serie de actuaciones que son urgentes e imprescindibles, sin ánimo de ser exhaustivo porque la tribuna no lo permite, sí que me gustaría enunciar algunas de las actuaciones más urgentes. Defender las políticas hídricas que necesitan nuestros agricultores, luchando no solo por la defensa del trasvase Tajo-Segura, sino también por las infraestructuras hídricas necesarias para que nuestro sector agrícola siga siendo referencia europea.

Nuestro aeropuerto permite conectarnos con toda Europa, pero tras el aterrizaje tenemos un cuello de botella que afecta a las comunicaciones ferroviarias y terrestres como ya hemos demandado en múltiples ocasiones con los informes y estudios que el Instituto de Estudios Económicos realiza. Por no hablar del corredor mediterráneo, tanto para pasajeros como mercancías. Queda mucho trabajo y no da la sensación de que estas actuaciones estén verdaderamente en la primera página de las agendas de las distintas Administraciones.

Si queremos continuar siendo la quinta provincia en términos de PIB, y queremos mejorar la renta per cápita de las familias es imprescindible mayor apoyo por parte de la administración. Es urgente reducir la carga fiscal de ciudadanos y empresas, y es igualmente crítico, reducir la burocracia que tanto ralentiza la producción y el crecimiento.

Nuestro tejido empresarial está preparado para el futuro y necesita Administraciones fuertes, adaptadas tecnológicamente y que faciliten el trabajo. Sin una apuesta inversora acorde con la dimensión de la provincia de Alicante es difícil competir en un mercado global con grandes multinacionales.

Si las inversiones se quedan en el papel y no se puede realizar un adecuado seguimiento de su ejecución no solo es imposible priorizar, sino que es un atentado a la transparencia imprescindible en toda sociedad democráticamente madura.



Los creadores de Hundred, Ezequiel Maldjian y Alex González Urbón, en ambos lados, con el menú que lanzaron para los premios Jaime I.

Las hamburgueserías valencianas que se quieren comer el mundo

El fenómeno de los restaurantes de la tradicional comida americana ha resurgido con varias cadenas valencianas lanzadas a comerse el mercado con el apoyo de inversores como el fundador de Panaria, que acaba de comprar The Black Turtle a Atitlan, o el grupo castellonense Tastia con The Fitzgerald.

Ángel C. Álvarez. Fotos: eE

En la cuna de la paella y del *esmorzar* con bocadillos tan clásicos como el chivito o la brasada han logrado emerger en los últimos años varias cadenas de hamburgueserías al calor de la nueva fiebre que vive ese producto. Aunque la típica comida norteamericana es un clásico desde hace décadas con algunas de las mayores marcas mundiales de restauración y de las franquicias de todo el mundo, la nueva moda de las denominadas

hamburguesas *gourmet* y la proliferación de la comida a domicilio (el famoso *delivery*) a golpe de aplicaciones de móvil y del impulso de la pandemia han avivado además el interés de los inversores.

Una proliferación y un interés en el que también tuvo mucho que ver el éxito de Goiko Grill, un referente de las denominadas *burguers gourmet* que se traspasó a un fondo de capital riesgo valorado en 150

millones de euros en el año 2018. Hace apenas unas semanas se producía el último movimiento corporativo en este succulento sector precisamente en una de esas marcas valencianas. El fundador de Panaria y responsable durante años de Café y Te, Antonio Jesús Pérez, se hacía con el 70% del accionariado de The Black Turtle, de la que ya era consejero delegado y que desde 2019 estaba controlada en su mayoría por la firma inversora Atitlan, dirigida por Aritza Rodero y Roberto Centeno, yerno de Juan Roig. Con el apoyo financiero de Atitlan y la dirección de Pérez, la cadena de la tortuga dio el salto a la franquicia y ha multiplicado su número de los cinco restaurantes con los que contaba en la región en 2018 a un total de 21 incluyendo Murcia, Albacete, Asturias y su primera apertura en Madrid.

Precisamente el mercado de la capital es el gran reto del nuevo socio mayoritario y presidente de la cadena para asentar el negocio y la marca. La cadena valenciana cerró el pasado ejercicio con 6 millones de euros de ventas netas en sus locales propios, lo que supone un crecimiento del 60 % respecto a 2021. Las ventas totales, incluyendo los establecimientos franquiciados, crecieron un 88% hasta sumar 10 millones de euros.

The Fitzgerald facturó 17 millones en 2022 y prevé llegar a 100 locales en cinco años

En esa carrera por dar el salto nacional y posicionarse en el mercado madrileño la marca de hamburguesas valencianas que lleva la delantera es The Fitzgerald, la empresa que este año cumple su décimo aniversario desde que la fundaron los hermanos Mario y Carlos Gelabert con su primera apertura en Torrente después de dedicarse a probar y realizar sus propias versiones de algunas de las hamburguesas más populares de Nueva York y otras ciudades estadounidenses. La hamburguesería *gourmet* logró una facturación de más de 17 millones de euros el año pasado tras vender más de 1,5 millones de *burgers* en España.

Para ese crecimiento un hito fundamental fue la entrada en el accionariado de un socio que conoce perfectamente el negocio de la restauración y la franquicia, el grupo castellanense Tastia, dueño de la cadena de comida italiana *Muerde la pasta* y las cafeterías *Savoirdi*, a principios de 2020, justo antes de la pandemia. Su irrupción con el 50% del accionariado supuso un salto para la firma de los hermanos en un momento en que el negocio experimentó el drama del parón de los establecimientos, pero a la vez la oportunidad que supuso el despegue de las *apps* de entrega a domicilio. Un ejemplo



Campaña publicitaria de The Fitzgerald para su apertura en Madrid.



El presidente, consejero delegado y ahora principal socio de The Black Turtle, Antonio J. Pérez.

de ello es como la cadena desembarcó por todo lo grande en Madrid en 2021 con una notoria y polémica campaña de comunicación en plena Gran Vía de la capital.

La cadena, que apuesta por dotar de estética distinta a cada uno de sus locales, ya cuenta con cuatro establecimientos en Madrid además de dos *dark kitchen* para la comida a domicilio y este año prevé sumar a los 19 restaurantes con que cerró el año pasado otros doce, con dos nuevos locales propios y diez franquicias en Barcelona, Granada, Sevilla, Murcia y Badajoz, con el objetivo de contar con una red de 50 restaurantes para 2024 y cien locales antes del 2028. Este año prevé registrar una facturación de más de 20 millones de euros, lo que supone un incremento del 17,6%, y alcanzar los 35 millones de euros en 2028, sobre todo con sus burgers, pero también con sus batidos y hasta su propia línea de ropa. The Fitzgerald ya supera los 380 trabajadores tras su salto a otras provincias.

Otra de las cadenas se ha hecho popular en Valencia, Hundred, nació de un viaje gastronómico por la patria de las hamburguesas para desentrañar sus secretos. En 2017 su fundadores Alex González Urbón y Ezequiel Maldjian harían un viaje a Nueva York para probar las 15 mejores burgers. A esa experiencia le seguirían otros por las grandes capitales del mundo detrás de los referentes en esta comida y tras visitar un centenar de lugares decidieron lanzar su propia marca, de ahí lo de Hundred, con un

primer local abierto en plena pandemia, en 2020. Pero además de tomar nota de las recetas para los fogones, sus fundadores dieron el salto a la aceleradora empresarial de Juan Roig, Lanzadera, en su convocatoria de 2021. En ese año la empresa rozó los 4,5 millones de euros en ventas, con un beneficio neto de más de 900.000 euros, con cuatro locales y sin dar el salto fuera de Valencia.

Antes Lanzadera ya había acelerado y aderezado con su financiación otra empresa de hamburguesas valenciana en 2018, Lamburguesa, fundada por otros hermanos Pablo y Salva Martíne, que después de abrir 9 hamburgueserías han ampliado su grupo bautizado como El Gordo y el Flaco para dar el salto a la comida italiana con las enseñas Paffuto y Paffutino.

A la lista de cadenas valencianas al alza hay que sumar Jenkins, que está a punto de abrir su cuarto local en Valencia tomando como ejemplo el popular plato estadounidense y, en su caso, combinándolo con otros platos carnívoros. Y tampoco hay que olvidar competidores de fuera, que como Vicio prevén instalarse en breve en la ciudad.

Una de las hamburguesas de Jenkins.



Plástico

Camm compra la valenciana GreenCycles y aumenta producción

La empresa alemana Greentech Camm Solutions, que se hizo a finales del año pasado con la valenciana Green Cycles, prevé multiplicar por cuatro la producción de plásticos respetuosos con el medioambiente e hidrosolubles de esta firma destinados a envases. El nuevo dueño prevé acometer una inversión en sus instalaciones que superará los 10 millones de euros, según la firma ubicada en Rafelbunyol (Valencia). Así, la filial española del grupo alemán prevé pasar de las 1.500 toneladas en 2023 a entre 6.000 y 8.000 toneladas en 2024. Cycles Green facturó 3 millones de euros en el ejercicio 2021 y contaba con 24 empleados según los datos de *Informa*.

La inversión en la empresa, que se ha rebautizado como Camm Solutions Spain, se destinará a construir un centro de I+D de última generación y a aumentar la capacidad de producción. La intención del



Instalaciones de la empresa GreenCycles. eE

grupo alemán es enfocar los productos fabricados tanto a envases de transporte y otros envases alimentarios y no alimentarios como a productos moldeados por inyección. El material es 100% biodegradable e hidrosoluble y se descompone sin dejar residuos ni microplásticos. Además, es compostable, reciclable y libre de toxinas, por lo que es totalmente apto para el contacto con alimentos.

Alimentación

Vicky Foods invierte 4 millones en su planta de impresión de envases y lanza sus propias pizzas

El grupo alimentario Vicky Foods mantiene su fuerte crecimiento en volumen de ventas como en inversiones. La firma valenciana fabricante de marcas como Dulcesol está invirtiendo 4 millones de euros en una de sus instalaciones auxiliares, la planta que posee en La Pobla del Duc en Valencia destinada a la impresión de sus envases tanto para la incorporación de maquinaria de última generación como para mejoras en su eficiencia y sostenibilidad. Estas obras comenzaron a mediados del año pasado y están previstas que finalicen en 2024.

El grupo controlado por la familia Juan cerró el 2022 con una facturación global de 536 millones de euros, un 32,3% más que en el año anterior. Además del fuerte alza de los precios por la inflación, el fabricante incrementó su volumen de producción un 6%, con más de 203.000 toneladas de producto. Su negocio exterior supuso 116 millones de euros, un

30% más que en 2021. De cara a los próximos años, su plan de crecimiento pasa por continuar impulsando su plan de expansión potenciando los países estratégicos en los que está presente y abriendo nuevos mercados. Así, ha iniciado las obras de su nueva factoría en Francia, con una inversión de 80 millones de euros, muy superior a lo previsto inicialmente. El fabricante valenciano ya cuenta actualmente con una factoría en Argelia.

Vicky Foods, que ya emplea a 2.809 trabajadores, también continúa ampliando su diversificación de producto. Tras lanzar *FIT'z*, su marca de precocinados congelados que se unió a su catálogo de marcas de *Dulcesol*, de pan, pastelería, bollería y helados; *Be Plus*, de alimentación saludable y de conveniencia; *Horno Hermanos Juan*, de bollería y pan congelados para hostelería y el canal alimentación, acaba de crear su propia línea de pizzas bajo la marca *Il Forno di Giovanni*.

Idrica diseña el 'lago de datos' para la red de agua de Sevilla

La empresa tecnológica de Global Omnium desarrolla la herramienta de 'big data' para Emasesa, que gestiona el suministro en el área metropolitana de la capital andaluza.

Á. C. Á. Fotos: eE



El Guadalquivir a su paso por el centro de Sevilla. eE

En un mundo cada vez más conectado y con una cantidad ingente de información en tiempo real el acceso y la gestión de todos esos datos se ha convertido en uno de los grandes retos tecnológicos. Una información que resulta básica para poder mejorar servicios tan complejos como los de unas redes de abastecimiento de agua cada vez más extensas y que se enfrentan a retos como el cambio climático y la sostenibilidad.

Por eso una de las nuevas soluciones que demandan los gestores de estas redes hídricas son soluciones capaces de recopilar, analizar y gestionar toda esa información gracias a nuevas plataformas como las denominadas lago de datos, que utilizan tecnologías de *big data* y *machine learning* para mejorar esta actividad y aumentar su eficiencia, reduciendo el riesgo por ejemplo de fugas o de averías en el servicio. Idrica, la empresa de tecnología del grupo valenciano Global Omnium acaba de adjudicarse precisamente el contrato de algo más de 3

millones de euros y por un plazo de cuatro años para desarrollar el *lago de datos* de Emasesa, la empresa responsable de la red de una de las grandes áreas metropolitanas españolas, la de Sevilla.

“El objetivo principal de los lagos de datos es eliminar los silos de información; es decir, que los principales datos que se recogen en una empresa de agua se dividan en cada departamento o área”, explica María Gil, *country manager* para España de Idrica. Así, con este instrumento se busca “poder generar información útil a la toma de decisiones mezclando e interrelacionando datos que provienen de diferentes áreas de la empresa”. La responsable de la firma pone como ejemplo la posibilidad de relacionar “información proveniente de una avería con las actuaciones realizadas para su solución, con la gestión económica y poder medir, además, su impacto en los resultados de la empresa”.

Así, los *lagos de datos* proporcionan una base sólida



La tecnológica de Global Omnium tiene su sede en Valencia.

da para descubrir patrones, tendencias y correlaciones en los datos, aplicando técnicas como el análisis predictivo, el aprendizaje automático e inteligencia artificial. "La filosofía de un lago de datos es precisamente recoger la información que ya se tiene almacenada en diferentes aplicaciones o bases de datos, no sumar una nueva tecnología que parta de cero obviando la información que ya se tiene recogida previamente", recalca Gil. Además sobre esta plataforma se podrán utilizar soluciones y aplicaciones de cualquier proveedor sin necesidad de quedar atados a una única empresa. "A partir del momento en el que la empresa de aguas se dota de una plataforma o lago de datos, puede hacer que cualquier proveedor se adapte a su forma de trabajar y no al contrario", comenta.

Al integrar toda la información de la empresa de aguas se favorece el poder utilizarla para adelantar acontecimientos futuros, por ejemplo, con la utilización de un gemelo digital, o reaccionar más rápidamente ante una alarma, lo que garantiza el servicio al ciudadano. También con el análisis de la información a través de algoritmos de inteligencia artificial se obtienen indicadores que permiten decidir, por ejemplo, invertir en una infraestructura u otra en función del beneficio que se obtenga. "Este último punto es clave ya que en el contexto de sequía en el que nos encontramos, decidir la infraestructura a renovar en función de la eficiencia que se vaya a obtener, es fundamental", añade la responsable de Idrica.



María Gil, 'country manager' para España de Idrica.

Desde la tecnológica valenciana explican que la solución de este tipo es tan adaptable y factible para una empresa de aguas de tamaño de Emasesa, que da servicio a una población de más de un millón de habitantes, como para un pequeño servicio de aguas de un municipio de 5.000 vecinos. Según explican también cuentan con acuerdos para esta herramienta con Aljarafe, que gestiona la red de la comarca Sevilla de Aljarafe, o con el Consorcio de Aguas de Tarragona.



El equipo directivo de Consum, durante la presentación de resultados.

Los supermercados de Consum doblan sus ventas en ocho años

La cooperativa valenciana se consolida como la sexta empresa española de distribución alimentaria con un volumen de negocio de 3.864 millones de euros. Una progresión que le ha convertido en la mayor cooperativa de España por socios consumidores con más de 4,3 millones de personas.

Á. C.Á. Fotos: Guillermo Lucas

La mayor cooperativa por volumen de negocio de la Comunitat Valenciana, Consum, ha vivido una auténtica década prodigiosa que le ha permitido más que doblar su tamaño y consolidarse entre los mayores operadores de su sector, el competitivo mercado de la distribución alimentaria.

Consum facturó 3.864,3 millones de euros en 2022, un 14,4% más que en el ejercicio anterior según des-

veló durante la presentación de sus resultados. En 2014 la empresa valenciana había alcanzado unas ventas de algo más de 1.900 millones. En el caso de un ejercicio 2022 marcado por la inflación, la cadena valenciana registró un aumento de un 11,7% de su volumen de ventas a superficie constante, lo que según la propia firma supera en casi en dos puntos porcentuales a la media del sector de la distribución, según el INE. Las ventas de la tienda *online*



Juan Luis Durich, director general de Consum.

de la Cooperativa aumentaron un 7,3%, hasta alcanzar los 65,8 millones de euros.

Con el fuerte crecimiento durante estos años, la red comercial de la cadena valenciana ha alcanzado los 874 establecimientos, 477 propios y 403 Charter (652.646 metros cuadrados de sala de ventas), ubicados en la Comunitat Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Murcia, Andalucía y Aragón. La cooperativa también se ha consolidado en el sexto puesto del ranking nacional de empresas de distribución por superficie, aumentando su cuota una décima hasta supone el 4,5% del mercado nacional. Como una de las principales enseñas con fuerte implantación regionales, su cuota de mercado por ventas en su área de influencia que abarca la zona mediterránea se sitúa en el 13,3%.

Otro de los parámetros que muestra el desarrollo de Consum ha sido el crecimiento en número de socios-clientes, que ya supera los 4,3 millones de personas (un 7,5% más que el año anterior), lo que la consolida como la cooperativa con más socios consumidores de toda España. Así, Consum está presente en más de 3,7 millones de hogares, que en 2022 se beneficiaron de 54,9 millones de euros en descuentos y cheques regalo, un 8,7% más que el año anterior.

La estrategia de marcas

Una de las apuestas diferenciadoras de la cadena valenciana es la apuesta por marcas líderes, que su-

ponen el 86,6% de su surtido global que superó las 17.000 referencias, de las que el 86,6% son marcas líderes. Por su lado, su marca propia está compuesta por más de 2.800 referencias, donde apuesta por seguir ampliando la gama de productos Eco, con 337 referencias el último año.

Como cooperativa y empresa de economía social, para Consum una de sus apuestas es el compromiso con la economía local. Así, el 98,8% de las compras efectuadas se realizan a proveedores nacionales y el 67,7% a proveedores de las comunidades



La cadena prevé sumar otras 50 tiendas más este año con lo que superará los 900 puntos de venta

autónomas en las que está presente. Dentro de ese compromiso, el plazo de pago a proveedores se situó en 42 días.

Con una plantilla con la que espera superar los 20.000 trabajadores este año, el 96% disfruta de la condición de socio, fijo o socio en periodo de prueba. Además, la cooperativa prevé mantener su ritmo de aperturas y abrir 50 supermercados más, 15 propios y 35 de su franquicia Charter, además de realizar 22 reformas y ampliaciones en las regiones donde ya está presente.

Las concesiones sanitarias frente al punto de no retorno

La Generalitat ya ha anunciado a dos de las tres últimas concesionarias de hospitales públicos el fin del contrato, aunque las elecciones marcarán esa decisión política.

elEconomista.es. Fotos: eE

En menos de un año cuatro de los cinco departamentos de salud cuya gestión ha estado en manos de empresas privadas en la Comunidad Valenciana ya estarán integrados en la estructura de la Conselleria de Sanidad si los actuales socios del Botànic logran mantenerse en el poder tras las elecciones autonómicas que se celebran este 28 de mayo. El Gobierno de coalición de izquierdas ya ha comunicado al grupo sanitario Ribera su intención de poner fin en enero de 2024 a la concesión del Hospital de la Marina en Denia y su área de salud en Alicante por la finalización del contrato. También este mismo mes ha anunciado a Sanitas que hará lo propio con el centro hospitalario de Manises y su departamento de salud en el área metropolitana de Valencia, que vence en mayo de 2024.



El hospital de Manises, cuyo departamento atiende a 195.000 habitantes.



Vista exterior del Hospital de la Marina en Denia, que gestiona el grupo Ribera.

Antes de ellos, la Generalitat presidida por Ximo Puig y con Compromís y Podemos como socios ya puso fin a las concesiones de los hospitales de Alzira -el que llegó a dar nombre a este modelo concesional- y el de Torrevieja, ambos en manos de Ribera. Además, el grupo valenciano que tiene como principal accionista al grupo Vivalto Santé y nació precisamente con la creación de ese sistema de colaboración público-privada, mantiene el hospital de Elche Vinalopó, que de seguir todo igual será el último reducto de la gestión privada de hospitales hasta junio de 2025.

Más allá de las diferencias ideológicas y políticas, está claro que las concesiones sanitarias suponen un menor coste económico para el presupuesto público. El informe de la Sindicatura de Cuentas sobre los departamentos de salud de Manises y Torrevieja así lo dejaba claro, al incluir en sus conclusiones que estos centros tenían mejores ratios de atención, más inversión y menos coste para las arcas públicas que los departamentos de gestión pública directa.

En el caso concreto de Torrevieja, apuntaba que "supone un ahorro del gasto corriente público en torno a 45 millones de euros anuales, lo que implica un 30% de ahorro sobre el gasto medio de hospitales de gestión pública", según la auditoría de la Sindicatura para el periodo 2003-2016. "Al evaluar conjuntamente el principio de economía y el principio de eficacia, podemos concluir que Torre-

vieja es uno de los departamentos de salud más eficientes", apuntaba.

Un informe más reciente de la Sindicatura, la Auditoría operativa de la gestión del personal sanitario de 2016 a 2019, también recoge esa mayor eficiencia. "Se aprecia una diferencia significativa en la actividad quirúrgica en los hospitales gestionados mediante concesión, que en el periodo 2016-2019 realizaron el 39,4% de las operaciones en turno de tar-

2.750

Trabajadores tienen los dos departamentos de salud en que finalizará la concesión privada

de o de noche, frente al 28,6% en los hospitales de gestión pública, siendo también significativa la demora estructural entre unos y otros (95 días de media en el periodo 2016-2019 en los hospitales de gestión pública y 57 días en los hospitales de concesión administrativa)", recoge ese análisis.

Los procesos de reversión en Alzira y Torrevieja han generado continuos roces con la plantilla por las fórmulas para incorporarlos a la estructura pública y un notable aumento del número de personal (más de un 38% en el caso de Alzira), con los ajustes que eso supone también en la calidad de la atención.

Obremo se extiende para crecer un 50% en energía solar

El grupo instalador amplía a otras siete comunidades autónomas su actividad con Iberdrola, para la que ya instala paneles fotovoltaicos en la región, Cataluña y Murcia.

elEconomista. Fotos: eE

La empresa especializada en servicios para redes de infraestructuras de energía y telecomunicaciones Obremo sigue extendiendo su actividad en el terreno de las energías renovables gracias a uno de los mayores operadores del mercado español, el grupo Iberdrola. Obremo, que forma parte de Grupo Gimeno, ha ampliado a siete comunidades autónomas la presencia del área de energías renovables gracias a una nueva adjudicación del que es uno de sus clientes históricos.

Gracias, a este acuerdo, a partir de este verano varios equipos de especialistas en instalación de energía fotovoltaica de la empresa valenciana serán los encargados de realizar las instalaciones de paneles y equipos fotovoltaicos para hogares y empresas de



Un operario del área de renovables de Obremo.



Varios trabajadores de la firma durante la instalación en la cubierta de la empresa del sector cerámico Arciblansa en Alcora.

Cantabria, País Vasco, Navarra, La Rioja, Madrid, Castilla-La Mancha e Illes Balears contratados por Iberdrola.

Actualmente la firma especializada de Grupo Gimeño ya ejecutaba estos trabajos de instalación de placas y equipos solares de la solución de Iberdrola denominada *Smart Solar* en hogares y empresas en tres zonas: Comunitat Valenciana, Catalunya y Región de Murcia. La compañía valenciana ofrece un servicio integral, de forma que realiza desde los estudios previos a la propia instalación y la gestión y tramitación de las ayudas públicas existentes para instalaciones de autoconsumo.

Este incremento de las regiones donde llevará a cabo su actividad supondrá un importante tirón para esta división de Obremo, que precisamente ha apostado por este campo para ampliar su negocio y diversificar actividad. Con esta expansión geográfica, el área de renovables de Obremo estima que en los próximos años su facturación bruta anual puede llegar a incrementarse hasta un 50%. Un crecimiento que según explican desde la propia empresa estará condicionado en gran medida por la agilidad de las administraciones en la tramitación de subvenciones claves para acelerar la transición energética y la implantación de estos equipos en las pymes y las viviendas particulares.

El fuerte desarrollo de las instalaciones de autoconsumo también ha hecho que la previsión de la com-

pañía en las tres autonomías donde ya trabaja para Iberdrola pasen por duplicar el número de instalaciones mensuales que realiza.

Aunque la energía solar es uno de los servicios más demandados en estos momentos y Obremo también realiza instalaciones para grandes empresas e industrias, como la castellonense Arciblansa en Alcora o la valenciana Aceites Albert en Foios, la compañía también trabaja en otros segmentos como el

110

Millones de euros fue la facturación de la empresa valenciana en 2022

de la movilidad sostenible. Así Obremo también ofrece el diseño y la instalación de puntos de recarga para turismos y bicicletas eléctricas, tras la firma de acuerdos estratégicos con varios fabricantes y municipios, principalmente ubicados a lo largo del Corredor Mediterráneo y en el centro peninsular.

La empresa instaladora, que además trabaja en redes eléctricas y de gas, superó los 110 millones de euros de facturación en 2022 y cuenta con más de 1.400 trabajadores. En los últimos años la firma también ha crecido con la integración de otras pequeñas compañías de su sector.

MANUEL ARAGONÉS

Director general de Aiju



“Aiju es el centro con mayor variedad en tecnologías de fabricación aditiva”

El Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio Aiju ubicado en Ibi (Alicante), en plena cuna del juguete español, ha sido capaz de acompañar la transformación de esa industria primero a los sectores del plástico y el molde hasta la puericultura, los viejuegos o la gamificación, además de la energía y la economía circular.

Por elEconomista.es. Fotos: eE

Aiju nació vinculado a un sector y una comarca muy concreta, el Valle del Juguete, ¿cómo ha evolucionado con la diversificación industrial de esa zona?

El juguete es de los primeros sectores que afrontó la deslocalización en la década de los 90. Anteriormente las grandes empresas jugueteras se habían disgregado para constituir empresas auxiliares fundamentalmente en moldes y plástico, pues era una forma

eficaz de afrontar la enorme estacionalidad del sector. Estas empresas auxiliares han sido muy activas y se diversificaron en sectores de productos de plástico en el hogar, para electrodomésticos y dispositivos electrónicos, en automoción, etc. Como instituto tecnológico les hemos acompañado siempre en ese proceso abordando sus retos. Desde nuevos materiales plásticos, a la reducción del tiempo de la puesta en el mercado

mediante la fabricación aditiva o impresión 3D, en automatización de procesos mediante la aplicación de la robótica, en tecnologías avanzadas en almacenamiento y generación energética o en TIC.

¿Con cuántas empresas trabajan actualmente y de qué sectores?

Aiju da servicios en proyectos y servicios cada año a más de 1.550 empresas de los sectores juguete, puericultura, alimentación infantil, promociones, parque y ocio, distribución de productos infantiles, editoriales infantiles, transformación de plástico y de metal, recubrimientos, materias primas plásticas, moldes y matrices, mueble y otros sectores.

¿Cuáles son los campos en los que centra su innovación y cuál es el papel del Ivace?

Una línea principal de estos últimos años son los proyectos en torno a la economía circular y la sostenibilidad, que es la herramienta que da sentido a que las empresas optimicen el

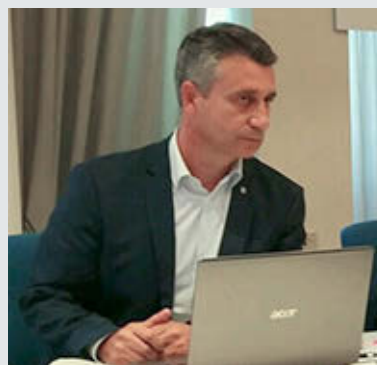
zudo y metal-madera en proyectos sobre economía circular y sostenibilidad. Con ITE (energía) e ITC (cerámica) en proyectos sobre almacenamiento y generación de energía. También participamos con los otros centros en la alianza de tecnologías habilitadoras Inn-dromeda y el InnDIH (Digital Innovation Hub de la Comunidad Valenciana).

¿Qué inversiones han acometido en los últimos años?

Una gran parte ha sido en torno a la fabricación aditiva, tanto en plástico como en metal. Podríamos afirmar que Aiju es el centro con mayor variedad en tecnologías de fabricación aditiva con una trayectoria histórica y pionera. También hemos invertido mucho en modernización y automatización de equipamiento de laboratorio de ensayos, aumentando considerablemente el número de nuestras acreditaciones. Hemos abordado la instalación de una planta de tratamiento de residuos multimaterial con Ines-

“Abordamos proyectos de almacenamiento energético sobre el hidrógeno con socios europeos líderes desde hace más de 15 años”

“Existe un proyecto de ampliación que esperamos iniciar en breve para dar servicio a los sectores con que trabajamos”



uso de sus recursos y minimicen la generación de residuos. Esta I+D+I se centra en materiales reciclados en plásticos, bioplásticos y plásticos compostables. También en todas las tecnologías que reducen el *time to market* o mejora de la productividad, como es la fabricación aditiva o impresión 3D, la automatización de procesos, tecnologías sobre almacenamiento energético y generación de hidrógeno verde, las TIC focalizadas especialmente en realidad virtual, realidad aumentada, realidad mixta, videojuegos, *e-health*, gamificación, inteligencia artificial, en seguridad y normalización de productos de uso infantil y sus tendencias. La Generalitat, con la Conselleria de Economía y el Ivace, ha sido clave en la financiación de gran parte de estas líneas.

¿En qué áreas colaboran con otros institutos de la red Redit?

Estamos colaborando con los de textil, cal-

cop y Aitex. También hemos abordado la renovación del *Toy Lab*. Y existe un proyecto de ampliación que esperamos iniciar en breve para dar servicios y capacidad de innovación a todos los sectores con los que trabajamos.

El juguete fue uno de los primeros productos con baterías, ¿les permite esa experiencia saltar a sectores como la movilidad?

Aiju abordó proyectos de almacenamiento energético sobre el hidrógeno con socios europeos líderes hace ya más de 15 años para aplicarlos en vehículos y juguetes infantiles. Desde entonces hemos seguido desarrollando tecnologías de electrolizadores de hidrógeno verde, que han sido muy valorados por empresas e ingenierías que trascienden el ámbito de los sectores con los que solemos trabajar. Es la prueba del trabajo de innovación que hace el Instituto.



Una de las obras de Sorolla que pertenecía a los Lladró y que puede verse en la exposición 'De la Oscuridad a la Luz'.

Valencia conmemora la pintura de Sorolla con los cinco sentidos

La ciudad que vio nacer y donde se crío Joaquín Sorolla ha organizado una treintena de actividades para celebrar el año del pintor que captó su luz como nadie lo había hecho antes. Desde exposiciones a un menú gastronómico del chef Jorge de Andrés inspirado en su colección para la Hispanic Society.

Á.C.Á. Fotos: eE

Pocos a estas alturas de 2023 desconocen que estamos en pleno Año Sorolla, para conmemorar el centenario del fallecimiento del que, probablemente, sea el pintor valenciano más conocido. Durante doce meses ciudades de todo el mundo como Dallas o Madrid albergan grandes muestras del artista. La ciudad del Turia no podía ser menos al rendir homenaje al prolífico genio cuya producción artística superó las 4.000 obras.

La capital valenciana concentra hasta siete muestras de todo tipo repartidas por sus museos y espacios de exposiciones durante estos meses y vinculadas a Joaquín Sorolla. Una oferta que no se queda sólo en la pintura y los centros culturales, ya que también se han lanzado otras actividades para capitalizar el tirón de este artista valenciano universal, con actividades que incluyen desde una ruta turística que repasa su infancia, los años de formación

y los escenarios que le sirvieron de inspiración, sin olvidar los centros museísticos e instituciones locales que albergan sus lienzos hasta una degustación gastronómica.

Los amantes del arte tienen una cita ineludible en el Museo de Bellas Artes, que acoge una selección de obras del pintor desde 1878 hasta 1884, bajo el título "Sorolla. Orígenes" hasta el 11 de junio. A partir del 29 de junio y hasta el 1 de octubre la considerada como la segunda pinacoteca española tras el Museo del Prado acogerá las obras del artista valenciano incluidas en la Colección Masaveu, la recopilación de obras de Sorolla más importante del mundo, solo superada por el Museo Sorolla de Madrid y la Hispanic Society of America, en Nueva York, venida desde Asturias.



Salmonete basado en la obra de Sorolla 'El Pescado'.



El chef Jorge de Andrés, del restaurante Vertical de Valencia.

También la Fundación Bancaja, que cuenta en sus colecciones con fondos del artista valenciano, albergará dos grandes muestras de Sorolla que podrán el foco en los claroscuros de su pintura. Ya se puede visitar "Sorolla en negro" que profundiza en la presencia de negros y grises en la obra de un artista asociado a la pintura de la luz y el color. Los admiradores de esas características de la obra del pintor podrán compararlas con "Sorolla a través de la luz", que además de incluir 24 obras con las temáticas favoritas del artista además aportará recreaciones digitales en una sala sensorial y otra de realidad virtual, recursos audiovisuales para hacer más intensa la experiencia.

Y para completar esa experiencia sensorial también con el gusto y el olfato, el chef Jorge de Andrés propone un recorrido culinario por las 14 grandes obras de Visión de España que Sorolla realizó para la Hispanic Society en su restaurante Vertical. Un menú

que surgió precisamente de la exposición de esas obras en la Fundación Bancaja en 2008 que fascinó al cocinero. Además de pergeñar un plato para cada una de las grandes piezas que representan desde 'El Palmeral de Elche' a 'Los Nazarenos' de una procesión sevillana o 'La Jota' de Aragón.

Un menú que combina delicias de la gastronomía española como percebes, atún de almadraba o el arroz de acelgas y gamba roja, siempre con el toque personal y la propia visión de De Andrés. "Una crónica gastronómica a partir del viaje que realizó el maestro valenciano para mostrar al mundo los rasgos más arraigados a la pasión por el territorio, su producto y sus costumbres", según palabras del propio chef. Una unión entre arte y gastronomía que también se ha traducido en una vajilla a medida, con piezas diseñadas específicamente para cada plato del menú. Un esmero que mereció el Premio Nacional de Hostelería 2022.

ENRIQUE RIQUELME

Presidente ejecutivo de Cox Energy



El alicantino que hizo fortuna con el sol en las Américas al rescate de Abengoa

El empresario alicantino Enrique Riquelme es un ejemplo de profeta fuera de su tierra. Como muchos jóvenes profesionales vinculados a la construcción y la energía solar, tuvo que buscar negocio al otro lado del Atlántico. Su ambición le ha llevado ahora a hacerse con Abengoa, un coloso industrial caído.

Por elEconomista.es Fotos: eE

Un gran desconocido para la mayoría, Cox Energy, ha sido la elegida por el juez que tiene a su cargo el concurso de acreedores para adjudicarle lo que queda de lo que fuera el gigante industrial andaluz Abengoa, tras presentar una oferta valorada en 564 millones -la mayoría deuda- y que supondrá asumir sus 9.500 trabajadores. Una empresa a la que el presidente valenciano Ximo Puig llegó a ofrecer ayudas públicas si se trasladaba a Valencia. Cox es una empresa de energía solar fotovoltaica que ha tenido un ascenso fulgurante en la última década y que se denomina como un municipio alicantino de la Vega Baja, y no por casualidad. Detrás de ese milagro se encuentra un joven empresario alicantino, Enrique Riquelme Vives, nacido en 1989.

Riquelme, que comenzó en el grupo empresarial de su familia con actividades en el sector inmobiliario y de la construcción, supo hacer las Américas cuando la burbuja inmobiliaria estalló en España y apostó por las energías renovables. En 2009, el empresario aterrizó en Brasil durante el inicio de las nuevas construcciones e infraestructuras de cara al Mundial de Fútbol de 2014 y de los Juegos Olímpicos de Verano de 2016, y desde allí daría el salto a Panamá. En su cuenta de LinkedIn, Riquelme relata que en 2010 constituyó en Panamá Grupo El Sol, con divisiones de energía, áridos y cemento, y fue la mayor proveedora de arena para la unión temporal de empresas (UTE) encargada de las obras de ampliación del Canal de Panamá.

Mientras, en España, el cambio de regulación estrangulaba el *boom* fotovoltaico, el joven empresario lideró en 2012 el desarrollo de una planta fotovoltaica de 56 MW en Guatemala, Rainbow 50, que en su momento fue la más importante de Latinoamérica. En 2013 se crearía Cox como tal y en 2015 arrancó su andadura la filial Cox Energy México, que pasó a denominarse posteriormente Cox Energy América, para operar en Latinoamérica. Solo un año después, logró en Chile la mayor licitación de energía de fuentes convencionales o renovables del país. En 2018, Cox Energy reestructuró sus operaciones en dos *subholdings*, uno para Europa y otro para América. Dos años después, en 2020, Cox Energy América debutó en la Bolsa de Valores de México, con un valor de 200 millones de euros, convirtiéndose en la primera empresa de fotovoltaica en cotizar en América Latina. La compañía tiene tres áreas de actividad: generación de energía, comercialización de electricidad renovable, y operación y mantenimiento de plantas. En total supera los 5.000 megavatios.

Apasionado del Real Madrid como su padre, que formó parte de la directiva de Ramón Calderón, para poder dejar claro hasta dónde llega su ambición su ambición incluso se llegó a plantear presentarse a la presidencia del equipo merengue en manos de Florentino Pérez.