

LOS FABRICANTES VALENCIANOS DE HELADOS CONQUISTAN DOS TERCIOS DEL MERCADO ESPAÑOL

Tres de los cuatro mayores productores del sector se ubican en la región, con un negocio superior a los 400 millones

REBECA GARCÍA, PRESIDENTA DE LAS BODEGAS
“PARA EL NOMBRE DE CAVA DE REQUENA NO HAY MÁS VÍAS QUE LA JUDICIAL”





A fondo | P6

Las tres fábricas valencianas que ocupan el podio del sector heladero

Ice Cream Factory, Alcant y Estiu se han consolidado lo más alto de la industria heladera nacional con el aumento del consumo en el hogar y las ventas del canal retail.



Industria | P14

Una mina laboral de 42.000 empleos con la gigafactoría

La futura planta de Volkswagen en Sagunto espera generar un impacto en la economía valenciana equivalente al sector del automóvil actual.

Inmobiliario | P20

Los municipios que lideran el dinamismo en el mercado de la vivienda

Benitachell en Alicante, Benaguasil en Valencia y Moncofa en Castellón son las poblaciones que registran más ventas de casas en proporción al número de viviendas.

Movilidad | P34

Más de un tercio de los coches de Gandía o Benidorm, sin tarjeta de la DGT

La entrada en vigor de la normativa de Zonas de Bajas Emisiones a partir de enero tendrá especial impacto en municipios donde más coches superan los 20 años.



Entrevista | P10

“Las ventas del cava valenciano se han triplicado en 10 años”

Rebeca García, presidenta de la Asociación de Elaboradores de Cava de Requena prevé una buena campaña navideña para estos caldos.



Política | P18

La Generalitat ganará 16,5 millones con la firma públicas de las ITV

Pese a que aún quedan flecos pendientes para la reversión prevista el 1 de enero, el Consell ya ha hecho las cuentas para 2023.

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



El precio de una década perdida: 26.000 millones de euros de deuda

Una de las pocas cuestiones en que coinciden los grandes partidos valencianos ya sean de izquierda o de derecha durante la última década es en el despropósito que supone la falta de la reforma del modelo de financiación autonómica y la necesidad de buscar soluciones a la deuda desbocada que lleva generando una fórmula que todos reconocen caducada. Hace unos días el presidente de la patronal valenciana volvía a repetir por enésima vez esa vieja reivindicación de cambiar el modelo de financiación y la condonación de la deuda histórica atribuida a la infrafinanciación durante esos años.

La petición de una solución para el grueso de la deuda autonómica valenciana generada por un modelo que aporta menos fondos y obliga a endeudarse para cubrir servicios sociales similares a los del resto de España no es nueva. Navarra utilizó los datos del Ivie, que cifran en torno al 73% de la deuda total, casi 37.000 millones. De hecho, en esta década se han utilizado todo tipo de sinónimos, desde quita a reestructuración financiera o compensación para referirse a una fórmula que en cualquier causa supondría que el propio Estado, el principal acreedor de la Generalitat Valenciana, renunciase a cobrarla. En 2013, José Vicente González como presidente de Cierval, la entonces patronal autonómica, ya reclamó en público en 2013 una quita de 11.000 millones de euros.

La reclamación y el escaso éxito cosechado desde entonces sigue siendo el mismo, por más que en estos años hayan pasado por la Comunitat Valenciana líderes de los dos partidos que han gobernado y de otros que participan en Gobiernos de coalición llenándose la boca con promesas sobre la reforma de la infrafinanciación valenciana y reconociendo públicamente su injusticia. Lo que no ha dejado de crecer en esta década ha sido el volumen de esa deuda, una bola que ha triplicado su tamaño. En total 26.000 millones de euros más de endeudamiento, el equivalente al presupuesto de todo un año de la Administración autonómica, por no haberse adoptado un cambio en el que todos, paradójicamente, dicen estar de acuerdo, pero para el que nunca existe el momento adecuado por la crispación política o la coyuntura económica.

Si la emergencia por la pandemia, primero, y la crisis energética y de los precios por la invasión de Ucrania, después, han relajado las políticas de rigor presupuestario europea, lo cierto es que el giro de los tipos de interés al alza amenaza con seguir engordando la pesada losa de la deuda valenciana. Un pasivo que supera los 54.000 millones de euros, una herencia para los próximos responsables autonómicos, pero sobre todo para los valencianos que tendrán que asumir los esfuerzos de pagar los altos intereses generados por una década en que sus representantes han sido incapaces de pactar una solución.

■
La patronal pedía en 2013
11.000 millones de quita
por la infrafinanciación
pero ante la inacción esa
cifra se ha multiplicado

■



Guillermo Lucas

iryo entra en la carrera del tren de alta velocidad desde Valencia

El tercer operador ferroviario que circulará por las vías españolas, iryo ya ha realizado su primer viaje entre Madrid y Valencia. La compañía, promovida por los socios de Air Nostrum con su presidente Carlos Bertomeu a la cabeza junto a Trenitalia, tendrá su sede en Valencia y prevé generar 14,8 millones de euros anuales entre salarios e impuestos en la Comunitat Valenciana.

Por menos de **1€*** al día

el diario en tu casa

o empresa

***233€**
al año
antes 465€

Envío del diario impreso a tu domicilio de martes a sábado.

Incluye edición digital en PDF, acceso a hemeroteca y a todas las revistas digitales y boletines informativos.



O si lo prefieres, benefíciate de ser suscriptor PDF todo un año por 29,99€ (antes 89,99€)

Envío anticipado del diario en versión pdf la noche anterior por email.

+ Acceso a hemeroteca y a todas las revistas digitales y boletines informativos.



Suscríbete ahora en www.eleconomista.es/suscripciones/ o en el **91 138 33 86**

Promoción válida hasta el 30 de noviembre de 2022



Una de las referencias que fabrica Helados Estiu, en sus líneas de producción. eE

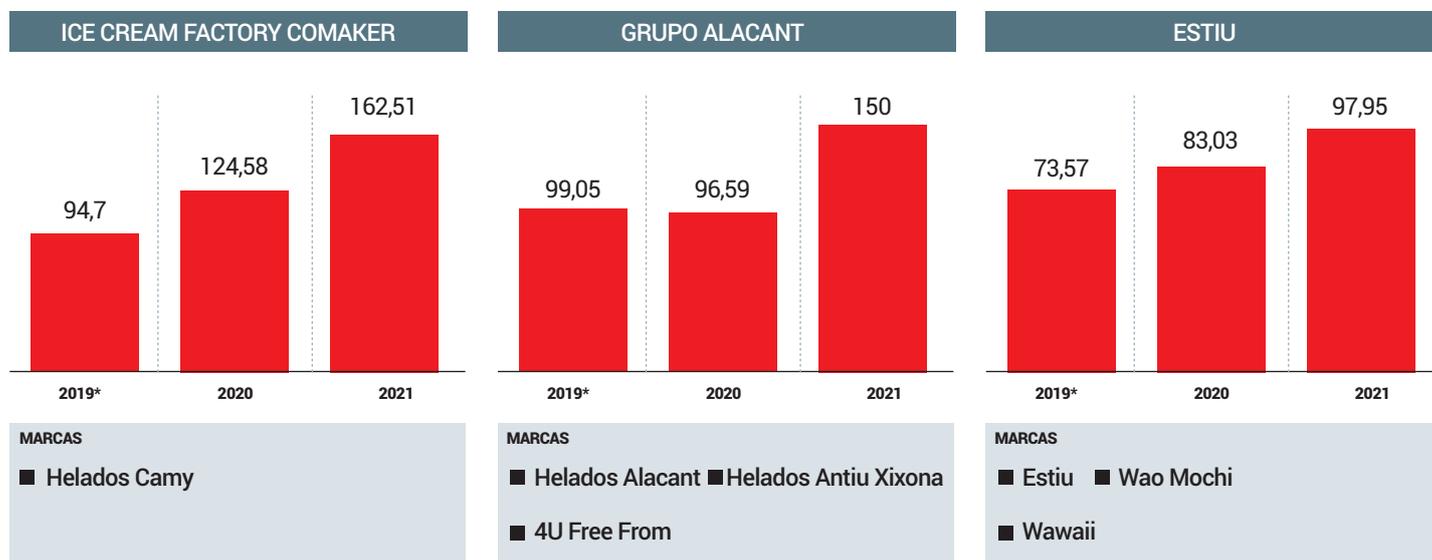
Los gigantes del helado valenciano dominan la fabricación en España

La industria valenciana concentra buena parte del sector del helado, con tres de los cuatro mayores fabricantes españoles. Ice Cream Factory, Grupo Alacant y Helados Estiu suman un negocio de más de 400 millones de euros, después de haber más que doblado su tamaño en la última década.

Ángel C. Álvarez

Los tres grandes fabricantes valencianos

Cifra de negocio (millones de €)



Fuente: Registro Mercantil y propias empresas. (*) Incluyó sólo 8 meses por cambio del ejercicio contable.

elEconomista

La vinculación del helado con la Comunitat Valenciana es tan innegable que aún hoy en día es fácil encontrar su rastro en poblaciones de toda España. Durante décadas los artesanos heladeros de Ibi y Jijona, los dos núcleos originarios del helado en Alicante, se extendieron por toda la geografía y con ellos lo hicieron sus heladerías. Unos establecimientos que en muchos casos utilizaban el gentilicio de esos pueblos, dando nombre a cadenas como La Jijonenca o La Ibense. En otros casos en esas heladerías han quedado denominaciones más genéricas, como *Los valencianos*, una marca que en muchas plazas competía con otro de los rivales clásicos en este negocio: *Los italianos*.

Pero más allá del éxodo de esos artesanos pioneros que emigraron buscando fortuna con sus recetas, la Comunitat Valenciana sigue siendo hoy el mayor núcleo del helado español. Una realidad que ha sido posible gracias a la transformación del sector en una industria cada vez menos dependiente del verano, y más vinculada al canal de la distribución alimentaria y del consumo en el hogar.

Durante las últimas dos décadas, tres grandes compañías de la región se han consolidado como referentes en este segmento alimentario. Hoy Ice Cream Factory, Grupo Alacant y Helados Estiu forman parte de tres de las cuatro mayores fabricantes españoles. El único de los cuatro grandes que se ubica fuera de la región es Froneri Ibérica, una sociedad de Nestlé y el grupo británico Froneri, que produce y comercializa las marcas del gigante suizo y es la dueña de la factoría de la antiguo Miko en Álava.

Las tres empresas valencianas alcanzaron en 2021 un volumen de negocio conjunto de 410 millones

de euros. Una cifra que supone más de dos terceras partes del mercado nacional, según los datos del Panel de Consumo Alimentario que elabora el Ministerio de Agricultura que cifra en 568,5 millones de euros las ventas de helados en España en 2021, un 4,8% más.

Pero además de representar el grueso del negocio del helado en el mercado doméstico, los tres referentes valencianos han protagonizado un fuerte crecimiento en la última década. En conjunto han logrado más que duplicar sus ventas respecto a 2011, cuando sumaban 195 millones de euros. Las tres empresas emplean ya a más de 1.600 trabajadores. Una evolución en la que ha tenido mucho que ver la apuesta por consolidarse en el consumo en el hogar y los lineales del canal de distribución o *retail*.

La industria valenciana del helado da empleo a más de 1.600 trabajadores

Según los propios datos del Ministerio, el año pasado el consumo per cápita de helados en los hogares españoles fue de 3,22 litros, frente a los 0,8 litros de consumo fuera del hogar. Una muestra de hasta que punto han cambiado los hábitos de consumo en el sector y a pesar de que esas cifras están marcadas por el efecto del confinamiento del covid del año anterior, que disparó la demanda doméstica y redujo el gasto en hostelería. Unas estadísticas que certifican el fuerte desarrollo del consumo de helado en casa, ya que en 2001 rondaba los 2 litros per cápita y en 2011 los 2,4 litros.



GUILLERMO LAMSFUS
Consejero delegado de ICFC



JOAQUÍN LANCIS
Director general de Grupo Alacant



MARIA JOSÉ FÉLIX
Consejera delegada de Helados Estiu

Ferrero, el grupo italiano dueño de Nutella, ha tomado el 100% de ICFC, que fabricará sus marcas

Con la compra de Crestas La Galeta, Alacant rozará los 100 millones de litros en ventas este año

Estiu tras crecer con Mercadona ha invertido 31 millones en su nueva planta de Cheste

En el caso de Ice Cream Factory Comaker (ICFC), la antigua Avidesa ubicada en Alzira (Valencia), adaptarse a estas nuevas tendencias supuso en su día dar un volantazo y transformar su producción para sobrevivir. En 2003 su entonces director general, Guillermo Lamsfus, decidió dar un paso al frente y asumir la propiedad ante la decisión de Nestlé, que había adquirido la histórica empresa a la familia Suñer. Con el adiós a las grandes marcas de Nestlé, la factoría optó por especializarse en fabricar para terceros, fundamentalmente para marcas de distribución y marcas de otros grupos alimentarios.

Una apuesta arriesgada que permitió consolidar la actividad de la histórica fábrica, todo un referente en Alzira por el papel que tuvo Luis Suñer. ICFC ha pasado de facturar algo menos de 70 millones en 2011 a superar los 162,5 millones en su ejercicio acabado en agosto de 2021, fabricando más de un millar de referencias distintas para cadenas de distribución de toda Europa. En ese periodo la empresa valenciana incluso ha adquirido una fábrica en Italia y recuperó la marca Camy tras una batalla legal con Nestlé. Un éxito que llevó precisamente a una multinacional italiana, el grupo Ferrero, fabricante de Nutella y de Kinder, a entrar en la compañía en 2019 y tomar el 100% a finales del año pasado. Un paso más en los planes del fabricante italiano de chocolate de posicionarse con sus marcas también en el segmento de los helados a través de su filial valenciana, cuya gestión sigue en manos de la familia Lamsfus, en concreto de Guillermo Lamsfus Bravo como CEO.

Por su parte, Helados Alacant es la empresa que mejor representa la transición del negocio tradicional artesanal al industrial. Nacida en 1972 precisamente a partir de la unión de 35 heladeros alicantinos que decidieron aportar sus recetas a la fábrica que crearon para abrir nuevas vías de crecimiento. Hoy la empresa sigue estando en manos de 250 accionistas, en su mayoría heladeros, aunque con un enfoque distinto al original. "Primero el crecimiento era con comercializadoras en la distribución especializada, fundamentalmente heladerías. El gran salto de la compañía en la década de 1990, cuando nos convertimos en proveedores de Mercadona. Ese fue





La nueva factoría de Helados Estiu en Cheste (Valencia). eE

un gran hito para el crecimiento de la compañía”, explica el director general del grupo alicantino, Joaquín Lancis.

Hoy en día el 70% de sus ventas corresponden al canal de la distribución, aunque no exclusivamente Mercadona. Otro 10% de sus ventas son helados para otros clientes marquisitas. Por ejemplo, dos de sus fábricas están homologadas para producir los productos del coloso multinacional Unilever, uno de los líderes del mercado nacional con *Frijo*, pero que no tiene fábricas en España. El canal tradicional de hostelería representa cerca del 20% restante.

Para Lancis otro gran hito en los últimos años fue el cambio de estrategia de la cadena de supermercados, con el que decidieron diversificar tanto su cartera de clientes, como sus mercados geográficos y potenciar los productos sin leche. Dentro de ese giro, el año pasado el grupo compró otra heladera española, Crestas La Galeta. Tras su integración, este año Alacant se acercará a los 100 millones de litros de helados vendidos, con un volumen de negocio de alrededor de 176 millones de euros. La compra también le permitirá destinar la factoría de La Galeta en Leganés a producir únicamente helados veganos, uno de los nichos de crecimiento del mercado, a partir de finales del próximo año.

La historia del tercer fabricante valenciano por tamaño, Estiu, también está muy vinculada a Mercadona. La pequeña empresa creada en 1983 experimentó un vuelco después de ser adquirida en 1997 por dos familias, los Félix y los Pons, con una amplia experiencia en otros segmentos de la alimen-



Línea automatizada de producción de helados. eE

tación, en el sector avícola y en los frutos secos con Importaco, respectivamente. “En el año 2002 Helados Estiu pasó a ser interproveedor de Mercadona y esta relación ha sido clave en el desarrollo de nuestra empresa”, reconoce su consejera delegada, María José Félix. A través de su marca y de sus tiendas ha lanzado éxitos como sus populares mochis y ha disparado el negocio consolidado del grupo hasta los 97,95 millones de euros en 2021, con 33 millones de litros de helados vendidos.

Un crecimiento basado en fuertes inversiones, como su nueva planta en Cheste inaugurada el año pasado con un desembolso de 31 millones de euros, o su nueva línea vegana *Vawaii*.

REBECA GARCÍA

Presidenta de la Asociación de Elaboradores de Cava de Requena



“En los últimos diez años se han multiplicado por tres las ventas de cava valenciano”

Rebeca García, que forma parte de la segunda generación de la bodega Pago de Tharsys, preside la asociación que representa a los siete principales productores de cava de Requena, el único municipio valenciano donde se puede elaborar la Denominación de Origen Cava y que ha vivido un desarrollo vertiginoso en esta década.

Por Ángel C. Álvarez. Fotos: eE

¿Cuántas bodegas forman parte de la asociación y cuál es la producción de las bodegas valencianas?

Actualmente forman parte de la entidad siete bodegas dedicadas a la elaboración de cava y vino base cava que suponemos el grueso de la elaboración en Requena. En total se embottellan unos once millones de botellas y también se producen 30 millones de litros de vino base cava que se vende a granel so-

bre todo a otras zonas productoras, fundamentalmente a Cataluña. En los últimos diez años se ha multiplicado por tres la venta de cava valenciano. Empezamos hace 40 años con una producción muy minoritaria en la zona y hace 20 años suponía apenas un millón de botellas. Eso da una idea de la enorme evolución que hemos tenido en la última década, donde el crecimiento ha sido mucho más rápido. Con todo, sigue siendo un por-

centaje pequeño sobre el global de la producción de cava en España.

¿Cuáles han sido los motivos del fuerte auge del cava valenciano en estos años?

La principal razón es la tendencia al alza del consumo de espumosos en todo el mundo, en detrimento del vino tinto. Los espumosos en general son vinos más fáciles de entender, con un porcentaje de alcohol más bajo y que se beben mucho más en los mercados exteriores frente a la mayor demanda del tinto en España. Los nuevos gustos del consumidor han tenido mucho que ver y también las acciones de promoción tanto del Consejo Regulador como de las propias bodegas y la asociación para desestacionalizar el consumo, hacerla una bebida más atractiva para todo tipo de público y bajar la edad del consumidor de cava tradicional. Por otro lado, la calidad del cava de Requena es altísima por sus características geográficas, con una altura de 800 metros con un clima con-

va valenciano en otras zonas de España, aunque no en Cataluña, donde se siguen consumiendo mayoritariamente cavas catalanes. En el resto de España está mucho más repartido, especialmente en zonas con fuerte demanda como Madrid y Andalucía.

¿El cava valenciano tiene más presencia en la restauración que en la distribución?

Es cierto que donde somos más fuertes es en el canal de restauración porque una parte importante de las bodegas elaboramos productos de gamas medias y altas, que se comercializan sobre todo en comercios especializados y en restaurantes. En la distribución alimentaria están más presentes gamas de precios más bajos y por ello hay más competencia con otras zonas productoras. Pero también podemos decir que nuestra presencia va en aumento, hace cinco años no estábamos tan representados en los lineales de la alimentación. Es importante estar ahí, porque se vende mucho cava y se ha-

“Hace cinco años no estábamos tan representados en los lineales de alimentación como ahora”

“Preveemos una muy buena campaña de Navidad, pero sacrificando márgen por alzas de costes de entre el 14% y el 50%”



tinental, pero también una influencia mediterránea que permiten una uva superior a otras zonas. El clima y la altura nos dan acidez y menos enfermedades fúngicas respecto a otras zonas.

¿Cuáles son los mayores mercados hoy en día del cava valenciano?

Principalmente los grandes mercados son la propia Comunidad Valenciana dentro de España como mercado próximo y los mercados internacionales. Posiblemente estemos en un 50% entre el mercado nacional y las exportaciones, sobre todo en países de Europa como Reino Unido, Países Bajos, Bélgica y Alemania. Y también Japón.

¿La polémica por el ‘procés’ en Cataluña ha impulsado el cava valenciano en el resto de España?

Sí, por supuesto. Cada vez se vende más ca-

ce también mucha marca a través de esos lineales y de las cestas de la compra de los consumidores para ser visibles y hacer comunicación.

¿Qué peso tiene la campaña navideña para el cava valenciano y qué previsiones tienen para estas Navidades?

Tradicionalmente el consumo navideño ha llegado a representar el 80% de las ventas. Sigue habiendo una concentración importante en estas fechas en España, no tanto en el mercado internacional, que en su caso las adelanta a septiembre. Este año esperamos que venga a representar alrededor del 70%. Preveemos una muy buena campaña de Navidad después de dos años difíciles con campañas flojas porque ha habido menos celebraciones y reuniones familiares y de empresas por las restricciones del coronavirus. Al final eso ha restado ocasiones y mo-

mentos para abrir una botella de cava. Este año por fin se retoman todas esas celebraciones y festejos multitudinarios y eso va a relanzar la venta. Creemos que se van a superar las de 2019 que fue un año muy bueno para el cava valenciano. Somos muy positivos, a pesar de toda la incertidumbre por la inflación y el aumento de los costes.

¿Qué impacto va a tener el incremento de los costes de producción en el precio?

El incremento de los costes de materiales como el vidrio, el cartón y el papel, además de la energía y otros suministros puede variar entre un 14% y un 50%, aunque también depende de cada bodega y del volumen de cada producto, porque en el caso de pequeñas producciones el incremento es aún mayor y a veces llega al 100%. Lo más duro es que las bodegas no hemos subido el precio de nuestras botellas durante el año, como nos ha ocurrido con las materias primas y los suministros que han ido realizando subi-

contar y decidir de hacia dónde va el sector del cava.

Otro conflicto abierto desde hace tiempo es poder usar el nombre de Cava de Requena para la subzona de la DO de Cava.

Desgraciadamente no hay avances ni muchas vías de negociación más allá de la judicial. La negativa del Ministerio es muy clara al considerar que hay una incompatibilidad porque Requena figura en el nombre de la DO de vino Utiel-Requena. Pensamos que es injusto porque Requena es el único municipio donde se puede hacer cava en la zona, no existe confusión con los vinos de la DO Utiel-Requena porque son otro tipo de productos y además hay consenso con su Consejo Regulador para utilizar esa marca. Hoy por hoy todas las subzonas tienen nombre menos nosotros y eso nos deja en indefensión. Somos guerreros en esta cuestión porque no entenderíamos no poder usar nuestro nombre.

“Con la denominación de Cava de Requena desgraciadamente no hay avances ni muchas vías mas allá de la judicial”

“Ahora mismo hay excedente de uva para cava y una forma de proteger el precio es limitar hectáreas y producción”



das cada dos o tres meses. Los productores subiremos los precios cuando empiece el año, pero hemos estado absorbiendo estos aumentos de costes sacrificando nuestro margen. Las empresas vamos a notarlo en nuestros márgenes a final de año.

Este año los productores de Requena han conseguido entrar en el Consejo Regulador de la DO Cava frente al tradicional peso de Cataluña. ¿Qué supone para el sector valenciano?

Obtener un puesto en el Consejo es un hito histórico, nunca antes se había conseguido tener voz y voto. No sólo es tener información directa, podemos decir y votar para dejar constancia tanto como productores de uva como de cava. Es importantísimo y las relaciones van a cambiar. Siempre ha habido diálogo, pero el estar ahí va a ser mucho más positivo y tenemos muchas cosas que

Otro punto de fricción entre las zonas productoras de DO ha sido el freno a ampliar las hectáreas de cultivo.

Recientemente en la última votación la mayoría votó en contra de ampliar hectáreas porque ahora mismo hay excedente de uva para cava y una forma de proteger el precio para el viticultor es limitar hectáreas y producción. Ahí hemos estado casi todos de acuerdo. Cuando el tema creó polémica fue porque había solicitudes en marcha que no podían quedar en el limbo y desprotegidas. El viticultor debe entender que hay momentos en que hay que ampliar y otros en que hay que mantener. En Requena estamos apostando por la calidad y este año se han pagado precios más altos. Seguimos teniendo un potencial de 30 millones de litros de vino cava base sin embotellar, con lo que podemos aumentar el valor de la uva si conseguimos vender más cava embotellado aquí.

Next Generation

Cemex, UBE y SPB logran fondos europeos por más de 18 millones

Un total de 14 proyectos de once empresas valencianas de sectores como los materiales, química, textil, calzado o plástico de la Comunitat Valenciana han sido elegidos para la línea de ayudas a planes de innovación y sostenibilidad en el ámbito de la industria manufacturera en el año 2022, dentro del marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que ha adjudicado el Ministerio de Industria. La planta de Cemex en Alicante recibirá 14 millones de euros para dos proyectos de innovación en su planta alicantina. El principal tiene como objetivo descarbonizar el proceso de fabricación de cemento, que tradicionalmente utiliza un derivado petrolífero, el coque, para sus hornos, mediante la optimización del coprocesado de combustible sólido recuperado de residuos. La inversión financiable alcanza los 30,9 millones de euros y el Ministerio, a través de los fondos europeos, aportará 3 millo-



Planta de Cemex en Alicante. eE

nes como subvención y otros 11,9 millones de euros como préstamo.

Entre las empresas que han logrado parte de los fondos asignados para proyectos concretos también se incluyen las químicas SPB en Valencia, especializada en la fabricación de productos de limpieza e higiene, y el complejo petroquímico de UBE en Castellón.

Energía

Renovalia tramita más de 620 MW de potencia fotovoltaica con casi 290 millones de inversión

Uno de los grandes operadores tradicionales del sector en España, Renovalia, ha presentado 13 proyectos de nuevas plantas solares fotovoltaicas ante la Generalitat Valenciana. Unas instalaciones para las que prevé una inversión total de 287 millones de euros durante los próximos años si logran las autorizaciones pertinentes. Los planes del grupo promotor pasan por desarrollar instalaciones con una potencia que roza los 50 megavatios (MW), aunque sin alcanzar ese límite, que es a partir del cual la tramitación pasa de ser competencia autonómica a estatal. Los proyectos suman en conjunto una potencia de algo más de 620 MW y se reparten en distintos municipios de las provincias de Valencia y Alicante.

La actuación que supondrá un mayor desembolso, con más de 28 millones, está ubicada en la localidad valenciana de Buñol. Otras ocho centrales fotovoltaicas están previstas en la provincia de Valen-

cia, en suelos de los municipios de Godelleta, Casinos, Villar del Arzobispo, Andilla y Liria.

En el caso de las tres instalaciones planificadas en el interior de la provincia de Alicante, se sitúan en Beneixama, donde ya explota una central solar desde hace años, y los municipios vecinos de Biar, Campo de Mirra y Cañada. Una zona en la que se han presentado numerosos proyectos de instalaciones de paneles solares.

Estas plantas en la Comunidad Valenciana forman parte de la cartera de inversiones que tiene previsto acometer Renovalia en España. El grupo energético que pertenece a la firma italiana F2i tiene en cartera proyectos fotovoltaicos que supondrán una inversión de 1.000 millones de euros en dos años y para los que a principios de este año ya cerró una operación de financiación por un volumen de 260 millones de euros.

La nueva mina de oro laboral: la gigafactoría y sus 42.000 empleos

Tras el tira y afloja por las ayudas públicas, con la confirmación de que Sagunto acogerá la planta de baterías de Volkswagen también se han concretado las grandes cifras de una inversión de 4.500 millones de euros que prevé aportar 1.100 millones anuales a la economía valenciana.

Á. C. Álvarez. Fotos: eE

Con más incertidumbre de la esperada, pero finalmente la mayor inversión industrial prevista en la Comunitat Valenciana desde la llegada de Ford ya tiene luz verde definitiva. El visto bueno de la cúpula de Volkswagen a las ayudas asignadas en el Perte del Vehículo Eléctrico despejan el camino para que la gigafactoría de baterías eléctricas de Sagunto se convierta en la primera planta de este tipo del sur de Europa. Un anuncio

que también ha servido para desvelar y concretar algunas de las grandes cifras ligadas al nuevo coloso industrial que cambiará el paisaje de la comarca del Camp de Morvedre y será un revulsivo para toda la economía valenciana.

Power Holdco, la empresa del Grupo Volkswagen especializada en la producción de baterías de coche eléctrico que promoverá y gestionará la futura giga-

Futura planta de baterías de Volkswagen en Salzgitter (Alemania).



factoría prevista en Sagunto, cifra en 4.500 millones de euros la inversión total en esas instalaciones, incluyendo tanto la fase inicial de construcción y equipamiento de las instalaciones previstas entre 2023 y 2026 como en “los sucesivos años”. Así lo desvela la solicitud presentada por Power Holdco para tramitar como Proyecto Territorial Estratégico (PET) ante la Generalitat Valenciana esta infraestructura.

Volkswagen había valorado hasta ahora en 3.000 millones su inversión inicial para la puesta en marcha de la fábrica dentro de su plan de electrificación para producir coches eléctricos en España. A ese dinero también se suman otros 500 millones por parte de Iberdrola, para instalar los paneles solares que abastecerán mediante autoconsumo a la factoría. Unas instalaciones que ante el reto de cubrir la demanda de la macroplanta además de incluir la instalación en las cubiertas de las naves también ocuparán varias parcelas en distintas ubicaciones del municipio valenciano de gran superficie.

Además, para obtener la autorización como Proyecto Estratégico Territorial el fabricante de coches alemán también desglosa algunas de sus previsiones cuando la gigafactoría se encuentre a pleno rendimiento. Frente a los 3.000 empleos que Volkswa-

La productividad de los 4.300 trabajadores directos doblará la media de la industria del motor

gen había desgranado hasta ahora con la puesta en marcha de la gigafactoría valenciana, sus estimaciones son que una vez alcance el 100% de su capacidad empleará en total a 4.200 trabajadores de forma directa. De esa plantilla, un 92% del personal estará destinado a la producción y el otro 8% a tareas de dirección y administración. No solo eso, las cifras incluidas en la información pública elevan notablemente el impacto de la primera fábrica de baterías de coche eléctrico en España: 42.200 puestos de trabajo que estarán vinculados tanto de forma directa como indirecta o inducida por la actividad de una instalación llamada a garantizar la continuidad del sector del automóvil en Valencia. “El empleo indirecto estimado es de unos 27.000 puestos de trabajo, mientras que el inducido alcanza los 11.000”, señala el documento.

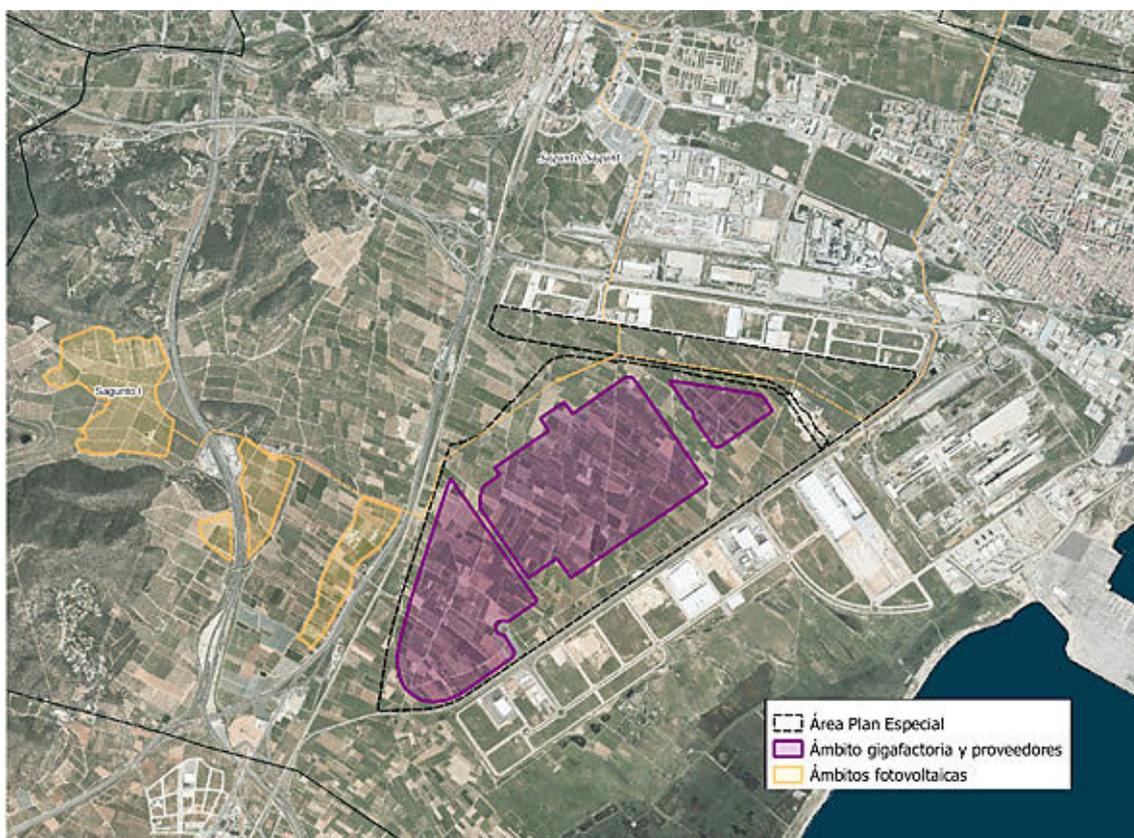
La plantilla que entrará a formar parte de la nueva instalación deberá tener formación especializada fundamentalmente en áreas de química y electromecánica. Además, la gigafactoría también requerirá de profesionales con conocimientos específicos en celdas de baterías y otros más generalistas como soldadores, electricistas y profesiones vinculadas al mantenimiento industrial. Volkswagen ya



Un trabajador del Grupo Volkswagen en una línea de baterías de coche.

ha tenido contactos con el Gobierno autonómico, que invertirá 15 millones de euros en un centro de formación especializado en Sagunto. De hecho, en los presupuestos autonómicos del próximo año ya se recoge una partida de 3,8 millones en ayudas a Power Holdco destinados a formación.

El perfil de los trabajadores y el carácter innovador de la producción de la gigafactoría también



Ubicación de la futura planta y de los terrenos para sus proveedores en Sagunto.

se dejará notar en la calidad de ese empleo. “La productividad en términos de ocupación sería de unos 150.000 euros por empleado, prácticamente el doble de la ratio actual en el sector de la automoción, lo cual es indicativo de la innovación y especialización de esta gigafactoría”, señala la documentación.

Durante su fase de construcción, incluyendo el montaje de la maquinaria y puesta en marcha de la gi-

Durante la construcción, se generarán 8.900 empleos directos y 10.200 indirectos

gafactoría, también habrá una importante generación de empleo temporal, que rondará los 19.100 puestos en total, ya que se estima en una media anual de 8.900 puestos de trabajo directos y 10.200 indirectos durante el periodo 2023-2026.

El impacto de esta nueva industria en la economía autonómica será casi exponencial. Por sí sola la gigafactoría de Power Holdco aportará 650 millones de euros anuales al Valor Añadido Bruto (VAB) de la Comunidad Valenciana, “un incremento del 50% del VAB del sector valenciano de la automoción”, que

representa alrededor del 11% del total de la industria regional. Pero además, espera generar de forma indirecta “entre 664 y 722 millones de euros”, es decir, doblar esa aportación a la riqueza regional. Unas cifras que explican el alivio que ha supuesto para la Generalitat Valenciana la confirmación de que Volkswagen y Seat sigan adelante con el proyecto también queda justificada por el impacto que espera generar en su entorno.

Una de las claves para generar ese efecto indirecto es el “efecto arrastre” de grandes proveedores, algo en lo que ya está trabajando el fabricante de automóviles alemán, según recoge el documento. Curiosamente la propia solicitud reconoce que “el peso inicial de los proveedores de la Comunidad Valenciana sobre esta iniciativa será reducido”, precisamente por la fuerte especialización del segmento de las baterías eléctricas.

La tramitación también revela que la superficie prevista exclusivamente para la gigafactoría de baterías de Volkswagen en Sagunto es de 1,29 millones de metros cuadrados. Además, el Gobierno valenciano, titular del terreno, incluye otras tres pastillas de suelo de Parc Sagunt II, con otros 1,39 millones de metros cuadrados, que se destinarán a proveedores. Según el presidente valenciano, Ximo Puig, Power Holdco formalizará la compra del suelo antes de que acabe este año.

Entre 8 y 12 millones en impuestos para Sagunto

El aterrizaje de la macroinstalación industrial, aunque estará exenta de licencias de construcción y otras tasas municipales, conllevará un importante incremento de la recaudación de impuestos locales para Sagunto. Power Holdco prevé aportar 8,6 millones de euros al año entre 2026 y 2031 con el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE) y el de Bienes Inmuebles (IBI), mientras que a partir de 2032 supondría más de 12 millones de euros. Es decir, cerca del 27% de los ingresos tributarios totales que tiene ahora mismo el municipio valenciano.

Según la solicitud para tramitar el proyecto, la gigafactoría abonará sólo en el IAE una cifra de 5,84 millones de euros anuales a partir de su entrada en operación. Sólo en ese impuesto ya supera los ingresos totales presupuestados por el consistorio para 2022, que se sitúa en 4,7 millones. Pero además, con la ampliación ya prevista de su capacidad, a partir de 2032 ese importe se elevaría hasta 9,56 millones de euros anuales. En el caso del IBI la cantidad a recaudar por el ayuntamiento alcanzaría la cifra de 2,56 millones de euros anuales “sin perjuicio de las bonificaciones que se pudieran otorgar por la creación de empleo y otros factores de inversión”.

Turismo

Relevo en la patronal Hosbec: Fede Fuster sucede a Toni Mayor



El empresario hotelero Fede Fuster, CEO y copropietario de Grup Fuster Hoteles que incluye varios establecimientos en Benidorm, será el nuevo presidente de Hosbec, la mayor patronal hotelera de Comunidad Valenciana. El empresario alicantino relevará en el cargo al histórico Toni Mayor, que hace unos meses ya anunció su intención de no presentarse a las elecciones.

La lista encabezada por Fuster ha sido la única presentada para la próxima Asamblea General Electoral que tendrá lugar el día 2 de diciembre. La candidatura presentada por el empresario benidormí se caracteriza por la continuidad respecto a la última

junta que ha gobernado esta asociación. El propio Fuster era hasta ahora vicepresidente de la patronal. La designación supone una apuesta por las nuevas generaciones y su candidatura también contempla novedades, como la incorporación de Victoria Puche como vicepresidenta por la provincia de Alicante. En el resto de vicepresidencias continúan Javier García (Magic Costa Blanca) y Pablo Hernández (RH Hoteles) junto a Javier Vallés (SH Hoteles) por Valencia y Javier Gallego (ZT Hoteles) por Castellón. Los cargos de tesorero y contador a cargo de José Pascual Medina (Medina Hoteles) y de Iris Blanch (Mediterráneo Sur Hoteles) no varían respecto de la última junta.

Joyería

Singularu prevé cerrar el año con 44 puntos de venta



La firma valenciana de joyería Singularu ha superado los 40 puntos de venta físicos con tres inauguraciones simultáneas en las ciudades de Madrid, Oviedo y Vitoria. En el caso de Madrid, la marca valenciana de joyas abrirá su noveno punto de venta físico en el Centro Comercial Plenilunio. Se trata de la cuarta inauguración de Singularu en la capital en lo que va de año, sumándose así a los locales que ya tiene abiertos en los centros comerciales Caleido e Intu Xanadú.

Con estas tres nuevas inauguraciones, Singularu ya cuenta con 41 puntos de venta y se encuentra más

cerca de su objetivo de crecimiento en el canal físico para este año. En este mes y medio restante de 2022, la marca espera abrir tres nuevas tiendas alcanzando así los 44 puntos de venta. "Por delante tenemos las semanas más importantes a nivel de venta para la compañía coincidiendo con las campañas de *Black Friday* y Navidad. Eso significa que cada inauguración que celebremos nos acerca más a nuestras clientas en sus momentos de compra más decisivos" declara Cristina Aristoy, CEO y cofundadora de la marca. Para 2023 su objetivo de aperturas es de 16 nuevos establecimientos hasta alcanzar la cifra de 60 tiendas abiertas al público.

Puerto de Valencia

APM invierte 3,1 millones en su terminal de contenedores



APM Terminals Valencia invertirá 3,1 millones de euros en las instalaciones de un nuevo taller de mantenimiento en su concesión en el puerto de Valencia para adaptarse al volumen de trabajo actual y unificar las tareas de mantenimiento y reparación de equipos en una sola área. Las obras incluyen un nuevo edificio principal de 2.145 metros cuadrados en el muelle de Levante donde se ubica la terminal de contenedores.

Las obras del nuevo taller, que tienen un plazo de ejecución de 9 meses, acabarán con la actual dispersión en distintos espacios que hasta ahora aco-

gen las tareas de mantenimiento. En cuanto al diseño, el edificio nuevo taller se inspirará en el apilamiento de contenedores metálicos, con un contenedor por cada uno de los usos previstos: control de accesos, oficinas, comedor, vestuarios, salas auxiliares y la nave principal, que contará con 12 metros de altura y capacidad para 10 puestos de revisión y reparación simultánea. El Proyecto Fortaleza busca resolver, de una manera más eficiente, el control de accesos a la terminal y optimizar las diferentes áreas de mantenimiento, servicios de valor añadido para refrigerados, y zonas de estacionamiento de vehículos externos e internos.

Las ITV públicas harán ganar 16,5 millones a la Generalitat en 2023

La Sociedad Valenciana de Inspección Técnica de Vehículos prevé ingresar 73,5 millones con la reversión en 2023, mientras las concesionarias aún negocian una prórroga de 6 meses.

Á. C. Á.. Fotos: eE



Una estación de ITV valenciana.

La primera gran reversión del Gobierno valenciano del Botànic fuera del sector sanitario debería materializarse el próximo 1 de enero. Esa es la fecha prevista para que la Generalitat Valenciana asuma el servicio de la Inspección Técnica de Vehículos (ITV), que durante los últimos años ha estado en manos de siete empresas concesionarias. Una actividad que pasará a ser gestionada por una nueva empresa pública, Sociedad Valenciana de Inspección Técnica de Vehículos, a la que la Administración autonómica ya ha dado forma con su constitución y su inclusión en los presupuestos autonómicos para 2023.

Las cuentas públicas contemplan que la empresa pública de la Generalitat ingresará 73,5 millones de euros en su primer año de funcionamiento, una cifra similar al dinero que obtienen actualmente las concesionarias con las tasas públicas obligatorias para obtener ese trámite obligatorio para que los

vehículos puedan circular. Unos servicios con los que la nueva sociedad autonómica prevé ganar 16,5 millones de euros.

Sin embargo, a menos de dos meses para el cambio de titularidad de las 25 estaciones existentes varios flecos pendientes de cerrar parecen hacer difícil que el traspaso se materialice el mismo 1 de enero. Por un lado, la Conselleria de Economía que dirige Rafa Climent aún mantiene abiertas las conversaciones con la patronal de las concesionarias Aecova-ITV. Las empresas solicitaron que se prorrogase el plazo de la concesión debido a los perjuicios causados durante el cierre obligado por la pandemia. Una fórmula que evitaría a la Administración autonómica tener que afrontar una indemnización económica. Las concesionarias han pedido que esa ampliación del plazo para compensar el periodo del Covid-19 sea de seis meses más, lo que además permitiría un "traspaso ordenado" del servicio, según la patronal.



El conseller de Economía, Rafa Climent.

La otra patata caliente, como ya sucedió con la reversión de las concesiones públicas de Sanidad, es el traspaso del personal y sus condiciones laborales. Los representantes de los 1.200 trabajadores de las actuales estaciones reclaman un nuevo convenio que garantice las condiciones que mantenían en las empresas antes de que se materialice el traspaso. Un acuerdo que debería cerrarse en un plazo muy ajustado y que si no se produce conllevaría movilizaciones y convocatoria de huelga por parte de los trabajadores.

Precisamente los gastos de personal suponen la mayor partida del presupuesto consignado para la nueva empresa pública, con 42 millones de euros destinados a subrogar a la mayor parte del personal contratado por las empresas concesionarias.

Además, las previsiones de ingresos contabilizadas en los presupuestos se podrían modificar si realmente se cumple una de las promesas hechas por los socialistas, Compromís y Podemos con la reversión: una bajada de los precios de las ITV. En la memoria de actuaciones del presupuesto figura como uno de los objetivos "ajustar las tarifas, reduciendo en la mayoría de los casos las tarifas actuales a los costes del servicio".

Según las cuentas de la Sociedad Valenciana de Inspección Técnica de Vehículos prevé invertir 8 millones de euros en la construcción de cuatro nuevas estaciones en Riba-roja del Túria, Torrent y Merca-

valencia en la provincia de Valencia y en Alcalá de Xivert en Castellón. La sociedad afronta la inversión con recursos propios procedentes de ese beneficio que espera generar.

La Conselleria de Economía también ha elegido ya al director general de la empresa pública que asumirá la gestión de las estaciones. Se trata del actual alcalde de Albaida, Josep Antoni Albert. El nuevo directivo público pertenece a la coalición del pro-

1.200

Trabajadores forman la plantilla de las 25 estaciones que existen actualmente en la región

pio conseller de Economía, Rafa Climent, y ya había anunciado que no se presentaría a la reelección.

Entre las siete concesionarias actuales se encuentran multinacionales del sector, como Applus Iteuve Technology. En la firma ITV de Levante participa TUV SUD Atisae, mientras que en Valenciana de Servicios de ITV son socios la suiza SGS y Global Omnium (Aguas de Valencia). Por su parte, Aseguramiento Técnico de Calidad está en manos de GED. Completan la lista de concesionarias Estación ITV Vega Baja, Pistas Iteuve, y Compañía Valenciana de Revisiones.

Los pequeños municipios que lideran la venta de vivienda

Benitachell en Alicante, Benaguasil en Valencia y Moncofa en Castellón son las localidades con mayor ratio de traspaso de inmuebles de la región por su parque de viviendas.

Á. C.Á.. Fotos: eE



Una vista del municipio de Benaguasil, en la comarca de Camp de Turia.

La realidad del mercado inmobiliario va más allá de las grandes ciudades, que como Valencia, Alicante, Castellón y Elche copan buena parte de la demanda de casas existente tanto para la compra como para el alquiler. De hecho, existen municipios de menor tamaño donde el mercado inmobiliario se está mostrando mucho más activo si se tiene en cuenta su parque de vivienda existente y su población.

Un estudio realizado por la red de agencias inmobiliarias Tecnocasa para determinar las zonas donde se están produciendo más traspasos por volumen de población desvela que Benitachell en la provincia de Alicante, Benaguasil en Valencia y Moncofa en Castellón son las poblaciones donde el mercado de vivienda está siendo más dinámico en relación a su tamaño. Una clasificación realizada a los municipios que cuentan con más de 5.000 viviendas para evitar la distorsión por los efectos de localidades que por su escasa vivienda puedan acumular grandes variaciones por casos puntuales.

En el caso de Benitachell, una población situada en la costa de Alicante, su rotación de viviendas alcan-

zó un ratio anual de 4,87 compraventas por cada 100 viviendas existentes en el mercado de segunda mano, que supone alrededor del 90% del mercado. El caso concreto de este municipio de la Costa Blanca está marcado por la fuerte presencia de residentes extranjeros, como alemanes y de otros países europeos. Con casi 4.500 habitantes, más del 60% de ellos han nacido en otros países según el INE. Además, el municipio tiene una fuerte estacionalidad en su población, ya que en el periodo estival alcanza una población de 23.000 personas, multiplicando por cinco su censo. Junto a ella, por encima de las cuatro compraventas por cada 100 al año también se encuentran otros referentes en esa zona de la costa alicantina, como la vecina Teulada, Altea y Jávea.

Si se analiza solo el ratio de ventas de vivienda de nueva construcción en la Comunitat Valenciana, otra población alicantina con un perfil similar por su elevada población de otros países, Finestrat, es la que se lleva la palma. Con 5,11 ventas por cada centenar de unidades multiplica por cinco los niveles de otras poblaciones de la costa, como Almenara en Castellón o Pilar de la Horada y Orihuela en el sur

Comunitat Valenciana

elEconomista.es

de Alicante, dos de los municipios con más visados de obra nueva en los últimos años.

Muy distinto es el caso y la tipología de Benaguasil, con un ratio de 4,70 viviendas traspasadas al año de cada 100. En su caso es una de las zonas próximas al área metropolitana de Valencia que se ve favorecida por sus buenas comunicaciones con la capital, a la que incluso está conectada a través de la red de MetroValencia. La fuerte subida de los precios en la capital ha impulsado un traslado de la demanda a esas zonas cercanas, que además tras el confinamiento se han visto reforzados allí donde hay opciones de adquirir unifamiliares o chalets.

Según Lázaro Cubero, director de análisis de Tecnocasa, el mercado de Valencia se encuentra en una situación de mercado maduro, con un volumen de ventas en máximos y precios altos. "Es difícil que en 2023 repitamos las 5.000 unidades y habrá que estar atentos a los precios" señaló, ya que considera que si bajan será un síntoma de la desaceleración del mercado. Según el estudio de Tecnocasa, el 29,7% de las viviendas de segunda mano que se traspasó en el primer semestre del año en la capital valenciana se realiza como inversión por parte de particulares, prácticamente el mismo porcentaje que un año antes.

Con todo, desde la inmobiliaria reconocen que desde septiembre se ha detectado una ralentización y cuesta más tiempo colocar en el mercado viviendas que antes tenían más salida, algo a lo que también han contribuido las mayores dificultades para

lograr crédito tras las subidas de tipos de interés. Tecnocasa también apunta que sigue habiendo escasez de vivienda para alquiler. Así, según sus cifras el precio del alquiler del metro cuadrado en Valencia se sitúa en 8,8 euros, tras crecer un 7,6% en el último año. Actualmente estima que la rentabilidad bruta media si se alquila se sitúa en el 7,6%, con un plazo para recuperar la inversión de 13 años.

Cubero destaca la alta rotación como un signo de dinamismo en general del mercado de la Comunidad Valenciana, la segunda por detrás de Baleares

La atracción de foráneos en Alicante y el alza de precios en Valencia marcan el dinamismo

en su conjunto en este apartado. Por municipios además de Benaguasil los que registran mayores ratios próximos a la capital son La Pobla de Vallbona, Náquera, Chiva o Montserrat.

En el tercer lugar del podio del mercado local más dinámico por ventas de casas de segunda mano se encuentra Moncofa, en el sur de la provincia de Castellón. Una población que combina tanto la buena ubicación en el sur de la comarca de La Plana Baja y su proximidad a Sagunto y Valencia con el fuerte desarrollo de su franja costera en los años previos a la burbuja inmobiliaria y que incrementaron la oferta tanto de primera como de segunda residencia.



Una agencia inmobiliaria con las ofertas de inmuebles en su escaparate.



Juan José Enríquez
Decano del Colegio de Economistas de Valencia (COEV)

Reforma fiscal valenciana: muchas novedades, pero escaso impacto

Hace bien poco nuestro presidente Ximo Puig era noticia nacional por su anuncio de deflactar la tarifa del IRPF. En efecto, frente a la férrea posición del Gobierno nacional, Ximo Puig reaccionaba afirmando que en la Comunidad Valenciana, sobre la tarifa autonómica, sí que se ajustaría la presión fiscal a la elevada inflación que vinimos sufriendo.

La deflactación de la tarifa y otras medidas equivalentes en el IRPF se han aprobado ya mediante el Decreto-ley 14/2022. A destacar que, técnicamente, no se ha efectuado tal deflactación. En efecto, eso supondría ajustar los tramos de la tarifa a la inflación experimentada, aumentando todos ellos en un porcentaje fijo basado en la inflación experimentada. No se ha hecho así: lo que ha hecho el legislador autonómico es crear una nueva tarifa que pretende tener un efecto equivalente, con un tramo adicional y una reducción del tipo más bajo, que pasa del 10 al 9%. A partir de 65.000 euros se mantienen los tipos anteriores.

Al mismo tiempo se elevan los mínimos personales y familiares en un porcentaje del 10%, lo que realmente no tiene efecto positivo puesto que estos mínimos se multiplican normalmente por el tipo impositivo más bajo, de forma que el aumento del 10% de su cuantía se compensa con la reducción de la tarifa del 10 al 9% como ya hemos apuntado. El resultado de estos cambios es una reducción de la cuota para una renta de 22.000 euros de un 10% aproximadamente (150 euros menos), un 4% para una renta de 32.000 euros (121 euros) o de un 1,2% para una renta de 52.000 euros (80 euros).

Como decimos las rentas superiores a 65.000 euros no se ajustan a la inflación, lo que supone un aumento de su tributación, agravado por el incremento previsto en el proyecto de presupuestos, como enseguida veremos.

El mismo decreto-ley ha incrementado todas las deducciones autonómicas en un 10%. Recordemos que la Comunidad Valenciana es la autonomía con mayor número de deducciones, aunque muchas de ellas tengan muy limitada aplicación, sobre todo por el límite de rentas que permite aplicarlas, que se situaba en una base liquidable de 24.000 euros en tributación individual o 40.000 en con-



junta. Y aquí sí que es destacable el incremento de estos límites de bases liquidadas que permiten aplicar la mayoría de las deducciones autonómicas: En efecto, se incrementan de 24.000 a 30.000 euros (un 25%) en tributación individual y de 40.000 a 47.000 euros (un 17,5%). Esta modificación sí que entendemos que va a tener un impacto notable en cuanto va a permitir a muchos más contribuyentes aplicar las deducciones autonómicas.

La norma aprueba una nueva deducción, del 50% del aumento del pago de intereses anual por el préstamo de vivienda, que queda claramente descafeinada al limitarla a un máximo de 100 euros.

Es destacable que todas estas medidas tienen carácter retroactivo, al ser aplicables al propio ejercicio 2022.

Siguiendo con las medidas de reducción de impuestos nos encontramos con el anunciado aumento de la bonificación aplicable en el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones a la empresa familiar del 95 al 99% para grandes empresas. La bonificación al 99% ya se aprobó por el Gobierno del Botánico para pymes (hasta 10 millones de facturación), la novedad es ampliarla a todo tipo de empresas. Aunque esta medida ha generado ciertas desavenencias en el seno del Gobierno autonómico, su impacto es reducido tanto a nivel particular como presupuestario. Pensemos que una empresa que tenga un valor de 2 millones de euros, por ejemplo, integraba tan solo un 5% de ese valor en el impuesto, 100.000 euros, lo que podía suponer una cuota de tan solo 17.000 euros. Con la ampliación al 99% la cuota quedará en 3.400 euros. Es decir, de tributar a un 0,85% sobre el valor de la empresa se pasa a un 0,17%. En ambos casos, tributaciones casi simbólicas.



Lo más destacable es el reconocimiento de que la inflación genera un impacto en el IRPF que debe corregirse

Mayor transcendencia tiene, en nuestra opinión, el previsto incremento de 0,25% del tipo de gravamen en el Impuesto sobre el Patrimonio en el Proyecto de Ley de Presupuestos. Conforme a un estudio del Registro de Economistas Asesores Fiscales (REAF) la Comunidad Valenciana ya es la tercera autonomía con el impuesto más elevado. Recordemos que el tipo máximo ya está fijado en un 3,5%, por lo que un incremento como el previsto situaría el tipo máximo en el 3,75%. Esto supone que si el patrimonio del contribuyente no produce una rentabilidad superior a ese tipo (cosa común en los últimos años), el impuesto debe pagarse contra la misma materia imponible, el patrimonio, lo que podría conculcar el principio constitucional de no confiscatoriedad. Ni que decir tiene que el incremento previsto agudiza este riesgo y, en todo caso, incrementa el exceso de gravamen que, en mi opinión, ya existe.

Otra medida contenida en el Proyecto es el aumento del tipo impositivo aplicable a las viviendas usadas en el ITP que tengan un valor superior a 1 millón de euros. En este caso, el tipo aplicable del 10% (el más alto de España junto con otras tres CCAA) pasaría al 11%, constituyendo récord nacional.

Por último, se prevé una nueva tarifa de IRPF aplicable a 2023, de forma que la tarifa del decreto ley 14/2022 duraría solo el año 2022. En esta nueva tarifa se prevé el incremento del IRPF para todas las rentas superiores a 62.000 euros hasta el tipo máximo, que se mantiene en el 29,5%, que junto a la escala estatal supone un 54%, récord nacional.

En conclusión: muchas novedades, pero de escaso impacto en general. En mi opinión, lo más destacable es el reconocimiento de que la inflación genera un impacto en el IRPF que debe corregirse, lo que supone una enmienda al Gobierno Central, y la medida de incrementar los límites de bases de IRPF en un 25 o en un 17,5%, lo que permitirá que la aplicación de las deducciones autonómicas amplíe considerablemente su impacto actual.

Las alianzas de éxito entre empresas y centros tecnológicos

La segunda edición de Redit Summit muestra los logros de la colaboración de empresas como Porcelanosa, Power Electronics o Forvia-Faurecia con los institutos de la red.

elEconomista.es.

En un entorno competitivo en que la co-innovación cada vez gana más relevancia ante la velocidad de los cambios tanto tecnológicos como sociales y económicos, la segunda edición de Redit Summit ha puesto de relevancia la unión entre las empresas privadas y los institutos tecnológicos valencianos para conseguir avances concretos en innovación. Para ello Redit mostró en este encuentro los frutos de esas alianzas en sectores tan diferentes como la cerámica, con una de las grandes marcas españolas como Porcelanosa; la tecnología para las renovables y la movilidad eléctrica con Power Electronics; o la industria del automóvil con Forvi-Faurecia.

Estas fueron sólo algunas de las compañías que participaron en esta edición que se celebró en Madrid



Fernando Saludes, presidente de Redit. Guillermo Lucas



El subdirector de elEconomista, Rubén Esteller (en el centro), moderó una de las mesas redondas del encuentro. eE

con la financiación del Ivace, que tuvo un bloque central de ponencias bautizado como “Ideas en Acción: de los Institutos Tecnológicos al Mercado” en el que se mostraron 11 experiencias de éxito en la colaboración del sector privado con los centros. El encuentro sirvió para conocer los casos de otros líderes de sus sectores, como el productor agroalimentario Verdifresh del grupo Foodiverse, o la multinacional española de ingeniería Técnicas Reunidas. Además de compañías que trabajan con los centros valencianos aunque proceden de otras regiones españolas, como la textil zaragozana Confecciones Oroel o empresa de calzado madrileña Glent Shoes.

En la sesión en la que participaron más de 200 personas también se puso de relieve que el papel de apoyo de los centros tecnológicos valencianos no se limita a empresas o sectores de los llamados tradicionales. Entre quienes presentaron los resultados de estas colaboraciones se encontraban dos de las *startups* tecnológicas valencianas que más impacto han conseguido en los últimos años: PLD Space que desarrolla cohetes reutilizables para la puesta en órbita de pequeños satélites y que está a punto de lanzar el primer cohete suborbital español; y Zeleros, la firma que desarrolla un vehículo para la futura red de transporte de alta velocidad Hyperloop.

El presidente de Redit, Fernando Saludes, considera que “ningún otro ecosistema regional acu-

mula tantas décadas de innovación y conocimiento en el ámbito de las personas”. El empresario y máximo responsable de la red explicó que “nuestros centros disponen de la experiencia para identificar los principales *drivers* del cambio y asesorar a las empresas y a la sociedad sobre las mejores decisiones a tomar. Actualmente, nuestra red es, por volumen e impacto en el tejido empresarial, la principal red de apoyo a la innovación de pymes en España”.

16.000

Empresas han recurrido a los institutos tecnológicos para asesorarse en innovación

Una labor que reconoció el presidente de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV), Salvador Navarro, al señalar que más de 16.000 empresas se han apoyado en la Red de Institutos Tecnológicos para conseguir asesoramiento en innovación. Por su parte, el conseller de Economía Sostenible, Rafa Climent, destacó la apuesta del gobierno regional por la innovación a través de estos institutos. “En 2023 vamos a destinar 60 millones de euros a los centros tecnológicos, lo que supone un incremento de más de un 160% con respecto al 2015, con la idea de financiar proyectos de innovación en colaboración con las empresas”.

Norauto ya obtiene un 6% de sus ingresos en España de la nueva movilidad

La filial española del grupo de autocentros que tiene su sede en Valencia y factura más de 200 millones crece con nuevas líneas, como los túneles de lavado y las baterías a domicilio

Á. C. Á. Foto: Guillermo Lucas

Norauto, la marca de mantenimiento de automóviles del gigante francés Movibia con presencia en 18 países y que incluye también marcas como Midas, ya se ha hecho un hueco más allá de los vehículos de motor. El negocio ligado a la nueva movilidad, como motos, bicis y patinetes eléctricos, ya representa el 6% de las ventas de la filial española, que cuenta con 90 autocentros y el año pasado superó los 200 millones de euros en el ejercicio cerrado en septiembre, por encima de las cifras prepandemia.

El director general de Norauto en España, José Domenech, considera que han hecho los deberes para la llegada del coche eléctrico tanto en inversión en herramientas y equipos como en formación para garantizar su mantenimiento. "En la pandemia aprovechamos para formar a dos electromecánicos en cada uno de nuestros centros. También creamos un centro de atención a distancia con todo el conocimiento especializado en este tipo de vehículos que puede operar en remoto".

Muy vinculado a esa línea y como apuesta por la sostenibilidad, el grupo también tiene 20 proyectos en España para incluir puntos de recarga de coche eléctrico, además de instalar paneles fotovoltaicos en 27 de sus centros para producir el 40% de su consumo eléctrico. Otro de los mercados en los que Norauto prevé más recorrido es el de flotas para empresas ante el auge del *renting* o el alquiler de productos como maleteros de techo o remolques.

Norauto tiene previsto aumentar su presencia en España en los próximos años. "Nos hemos marcado el objetivo de llegar a 110 centros como punto de inflexión", señala Domenech. La compañía ya tiene previstas nuevas aperturas de centros tradicionales en Elche y Fuenlabrada (Madrid). Sin embargo, Domenech apunta que sus planes van más allá de esos establecimientos que aúnan talleres y tiendas porque "el mercado nos está pidiendo modelos diferentes, no sólo autocentros". Uno de los pilares de esos planes de crecimiento será el negocio de los túneles de lavado de vehículos. Una actividad que inició con su primer centro en Valencia, que abrió antes de la pandemia, y que ahora ha retoma-



José Domenech en uno de los talleres de Norauto.

do, con una segunda instalación en Alcobendas (Madrid). "Estamos negociando nuevas aperturas y nos gustaría estar en tres años por encima de la decena de centros de lavado".

"Hemos llevado a cabo una transformación con la que queremos aportar soluciones sostenibles de

La compañía que cuenta con 90 autocentros en España se plantea llegar a 110 centros

movilidad, ser mucho más que un taller", comenta Domenech. Un proceso que se aceleró con la pandemia, con el servicio Easy Battery, para el cambio de baterías a domicilio en menos de dos horas y que ya supone el 5% de sus ventas de baterías.

Porcelanosa

Nueva planta para grandes formatos y 20 puntos de venta



Porcelanosa tiene prevista la apertura de su nueva planta de producción destinada a la fabricación de piezas de piedra sinterizada y piedra natural bajo la marca Xtone, que contará con más de 36.000 metros cuadrados en Vila-real. Para el lanzamiento de Xtone ha iniciado la apertura de varios centros de exposición con una red de distribución propia y medios logísticos propios que aseguren un stock continuado.

El grupo castellonense controlado por las familias Soriano y Colonques tiene previsto incorporar en total 20 puntos de venta y exposiciones especializadas para esta marca especializada en grande for-

matos. Así, Xtone contará con centros logísticos situados estratégicamente en diferentes puntos nacionales, como lo son dos de las principales ciudades del diseño: Madrid y Barcelona. El proyecto se ve reforzado en la Comunidad Valenciana (Castellón y Alicante), en el sur de la península (Sevilla y Málaga) y en la zona noroeste (Santander y Galicia), además de Zaragoza y Palma de Mallorca. En el ámbito internacional prevé aperturas en Frankfurt (Alemania), Nueva Jersey, Florida y Texas (Estados Unidos), el noroeste de Reino Unido (Escocia) y en Watford y Warrington. También se consolida en el territorio francés (París y Nantes), además de Verona (Italia) y Brasil.

Alimentación

Chickles Gum, proveedor de Mercadona, pierde 1,2 millones



La empresa valenciana dedicada a la fabricación de goma de mascar Chickles Gum y proveedor de Mercadona obtuvo en 2021 una facturación de 36,2 millones de euros, cifra que representa un incremento del 9% respecto al año anterior. La compañía ha elevado igualmente las unidades de producto vendidas, hasta alcanzar los 54,4 millones en 2021, lo que supone un crecimiento del 8% frente a los 50,6 millones de unidades de 2020, aunque sigue lejos de las cifras anteriores a la pandemia. En concreto, se sitúa un 14% por debajo con respecto a 2019, último año previo a la pandemia.

Un desplome del negocio como consecuencia del uso obligatorio de las mascarillas, muy perjudicial para el consumo de chicles, que ha llevado a la compañía a registrar, por primera vez desde su fundación, pérdidas por valor de 1,2 millones de euros al cierre de 2021.

Pese a ello la firma ha aumentado casi un 6% la plantilla, hasta las 144 personas, y ha realizado inversiones por valor de 3,8 millones de euros, más del doble que los 1,5 millones del ejercicio precedente. Entre ellas se ha incluido la instalación de paneles fotovoltaicos para reducir su factura energética.

Innovación

Fedit nombra presidenta a Laura Olcina, directora del ITI



Los 43 centros tecnológicos asociados y 3 agrupaciones autonómicas integradas en la Federación de Centros Tecnológicos de España (Fedit) han elegido por unanimidad a Laura Olcina como nueva presidenta de Fedit en el transcurso de su Asamblea General celebrada en Madrid. Olcina, que sustituye en el cargo a Carlos Calvo, es desde 2002 la directora gerente de ITI, centro tecnológico especializado en TIC. Desde 1998, forma parte de la Federación de Centros Tecnológicos, en los últimos años, ha desempeñado diferentes cargos en su Consejo Rector. FEDIT es uno de los principales agentes dinamizadores de I+D+I privada del país.

Olcina es AMP Instituto de Empresa- (IE business school, Madrid-España), licenciada en Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia (Facultad CCEE) y licenciada en Gestión Internacional Cesemed (Euromed Marseille Ecole de Management). Cuenta con más de 20 años de experiencia laboral en el mundo empresarial y de la investigación académica en las áreas de dirección estratégica, gestión de la I+D+I y transferencia de resultados en centros tecnológicos en España y Francia. Forma parte del Consejo Valenciano de Innovación y del equipo de expertos para la candidatura de Alicante como sede de Inteligencia Artificial.

El 'modelo Alzira', la llave para Portugal y Kuwait de Ribera

La apuesta de otros países por fórmulas concesionales permiten al grupo sanitario entrar en la gestión de un hospital en Cascais y posicionarse en el emirato árabe.

elEconomista.es. Fotos: eE

Pese a que el actual Gobierno valenciano del Botànic sigue adelante con su política de poner fin al denominado modelo Alzira por el que se pusieron en marcha las concesiones de gestión sanitaria en varios departamentos de salud de la región, la principal empresa gestora con ese sistema, Ribera Grupo, sigue ampliando su presencia internacional gracias al impulso a este sistema en otros países.

El paso más importante ha sido la adjudicación de la gestión del hospital de Cascais, un centro que lleva operando desde hace más de 10 años y que cuenta con un total de 277 camas y seis bloques de quirófanos, entre otros equipamientos. Su modelo de colaboración público-privado



El hospital de Cascais de colaboración público privada en Portugal.



Alberto de Rosa, de Ribera Grupo, durante la firma del acuerdo con Dhaman Corporation.

ha sido renovado por el Gobierno socialista del país vecino en un concurso al que se presentó el grupo valenciano el año pasado. Aunque aún no se ha formalizado la entrada en la gestión debido a los trámites necesarios para cerrar el proceso administrativo, Ribera ha sido la elegida para asumir esa concesión durante la próxima década, con un contrato presupuestado en cerca de 860 millones de euros.

El grupo sanitario Ribera también quiere aprovechar su experiencia en la gestión sanitaria de los modelos de colaboración público-privada para ampliar su negocio en Oriente Medio y de momento ya ha conseguido dar un primer paso en Kuwait. La empresa valenciana ha sido elegida para asesorar en el diseño del modelo de gestión de los futuros hospitales de concesión pública por una firma mixta del Gobierno de ese país.

El contrato permite a Ribera ampliar su línea de negocio de consultoría estratégica a partir de su propia experiencia y conocimiento al frente de concesiones sanitarias público-privadas, como las tres que mantiene actualmente en España en Dénia y Elche-Vinalopó en la Comunidad Valenciana y en Torrejón en Madrid.

El acuerdo supone realizar durante 18 meses estos trabajos de asesoramiento para Dhaman Corporation, una empresa mixta participada por el Gobierno de Kuwait, a la que se ha encomendado un plan

estratégico para la reestructuración de los servicios sanitarios en el país. El objetivo del proyecto es prestar una asistencia sanitaria de la máxima calidad, incluyendo la integración de la Atención Primaria con la hospitalaria para agilizar las consultas, los diagnósticos y las intervenciones y compartir la historia clínica de los pacientes para una mejor coordinación y prestación del servicio asistencial a los más de 2 millones de trabajadores extranjeros que hay en la actualidad en Kuwait.

860

Millones de euros es el valor estimado del contrato para la gestión del hospital de Cascais

Más allá del contrato de asesoramiento, el acuerdo permite a Ribera tomar posiciones de cara a la gestión de los futuros hospitales y centros de atención primaria en el emirato. La compañía continúa así con sus planes internacionales de crecimiento tras el reciente cambio de accionista principal, después de que la aseguradora estadounidense Centene traspasase la mayoría a la francesa Vivalto Santé. El grupo Ribera, que también ha sumado hospitales privados en España en estos años, cuenta con 12 centros sanitarios, 64 centros de Atención Primaria y 35 policlínicas, casi 8.000 profesionales y más de un millón de pacientes anuales.



Varios participantes en el Congreso IWA YWP Spain 2022 que reunió a jóvenes profesionales del sector del agua en Valencia.

Facsa impulsa el talento joven para acelerar su innovación tecnológica

La empresa especializada en el ciclo integral del agua, que ha incorporado 70 personas con menos de 35 años en los últimos dos años y donde el 13% de la plantilla no supera esa edad, apuesta por jóvenes para liderar y coordinar sus proyectos vinculados a la innovación y la digitalización.

elEconomista.es. Fotos: eE

La innovación y el desarrollo de las nuevas herramientas tecnológicas se ha convertido en una de las grandes prioridades en el sector de la gestión del agua para garantizar una eficiencia máxima y optimizar todo el ciclo integral de uno de los recursos más escasos. Esa es una de las apuestas de Facsa, que además considera que el talento joven es una de las claves para impulsar los proyectos innovadores que serán decisivos para el

futuro y la sostenibilidad de su actividad vinculada al agua.

La mejor muestra de esa apuesta por el talento joven se encuentra en los 125 trabajadores menores de 35 años que trabajan en Facsa, el 13% de la plantilla total. Y en los últimos dos años la empresa ha incorporado a su plantilla 70 profesionales por debajo de esa edad. En el caso del talento joven vin-



Un profesional de Facsa en uno de sus centros.

culado a su departamento de I+D, la empresa cuenta actualmente con 9 miembros que tienen menos de 35 años. Una parte de ellos desarrollan iniciativas relacionadas con nuevas tecnologías de tratamiento de aguas, digitalización de procesos, biorefinerías. Otras trabajan activamente en el desarrollo de proyectos de la nueva línea de negocio, Hydrens, una *spin-off* de Facsa que desarrolla soluciones a partir del comportamiento de los fluidos. Una tecnología con aplicaciones a campos como la depuración de aguas, pero también el medioambiente y la acuicultura.

La mayoría de ellos son *project managers* de iniciativas de I+D+i que desarrolla la compañía en colaboración con entidades nacionales e internacionales, según explican desde la empresa de Grupo Gimeno. Unas funciones y responsabilidades en que los conocimientos técnicos son fundamentales, pero también disponer de otras cualidades y habilidades personales: empatía, capacidad de gestión, resolución, etc.

Precisamente varios de los profesionales jóvenes de la empresa participaron recientemente en el *Congreso IWA YWP Spain 2022*, un encuentro organizado por la red estatal de IWA Young Water Professionals Spain en Valencia. Los miembros de Facsa dieron a conocer algunos de los proyectos que coordinan y desarrollan. Es el caso de Bioferes, un nuevo concepto de biorefinería que pretende transformar la actual línea de lodos de la depuradora de Alcoy (Alicante) para generar nuevos recursos, como biofertilizantes y bioestimulantes. En este proyecto, todos los componentes del equipo de innovación son jóvenes de menos de 35 años.

Lo mismo ocurre con el proyecto Life Amia, con financiación europea, en que Facsa lidera un consorcio que busca desarrollar un nuevo concepto de estación depuradora en el que se combinan: tratamien-

Hackathon Facsa Castellón: un reto para los programadores del futuro

Una de las iniciativas vinculadas al desarrollo de las nuevas tecnologías y los más jóvenes en las que participa la empresa del Grupo Gimeno es el Hackathon Facsa Castellón. Se trata de un gran encuentro para jóvenes programadores que se celebra anualmente en la capital castellonense y en la que se plantean diversos retos tecnológicos para los que se buscan nuevas soluciones. Facsa es el

principal patrocinador de este encuentro que impulsa Xarxatec, la Asociación de Empresas Tecnológicas de Castellón. Además, la empresa de gestión de agua también plantea uno de los retos tecnológicos a esas jóvenes promesas de la programación, habitualmente relacionado con la sostenibilidad en la gestión del agua y las nuevas tecnologías, además de cómo darles visibilidad.



Participantes en el Hackathon Facsa.

to anaerobio, microalgas y nuevas tecnologías de desinfección de aguas.

En un momento en que la capacidad de atraer, retener y formar el talento se ha convertido en un motivo más de competencia en el mercado por la escasez de profesionales, la compañía del Grupo Gimeno también ha puesto en marcha distintas acciones en materia laboral, como la implantación de medidas para flexibilizar el trabajo y fomentar la conciliación familiar.

En esa línea, Facsa también ha implantado medidas para ofrecer a sus jóvenes profesionales una formación específica y altamente ligada a la evolución tecnológica, en la que además de las cualidades tradicionales demandadas en el sector son necesarias capacidades para interpretar nuevos sistemas.

Unas Navidades con un gasto más repartido dentro y fuera del hogar

La campaña navideña es un momento álgido para la distribución alimentaria, aunque la vuelta de las celebraciones tras dos años con limitaciones por el Covid atenuará los incrementos de años anteriores. Los supermercados de Consum multiplican para estas fechas la oferta de turrones, dulces o cavas

elEconomista.es. Fotos: eE



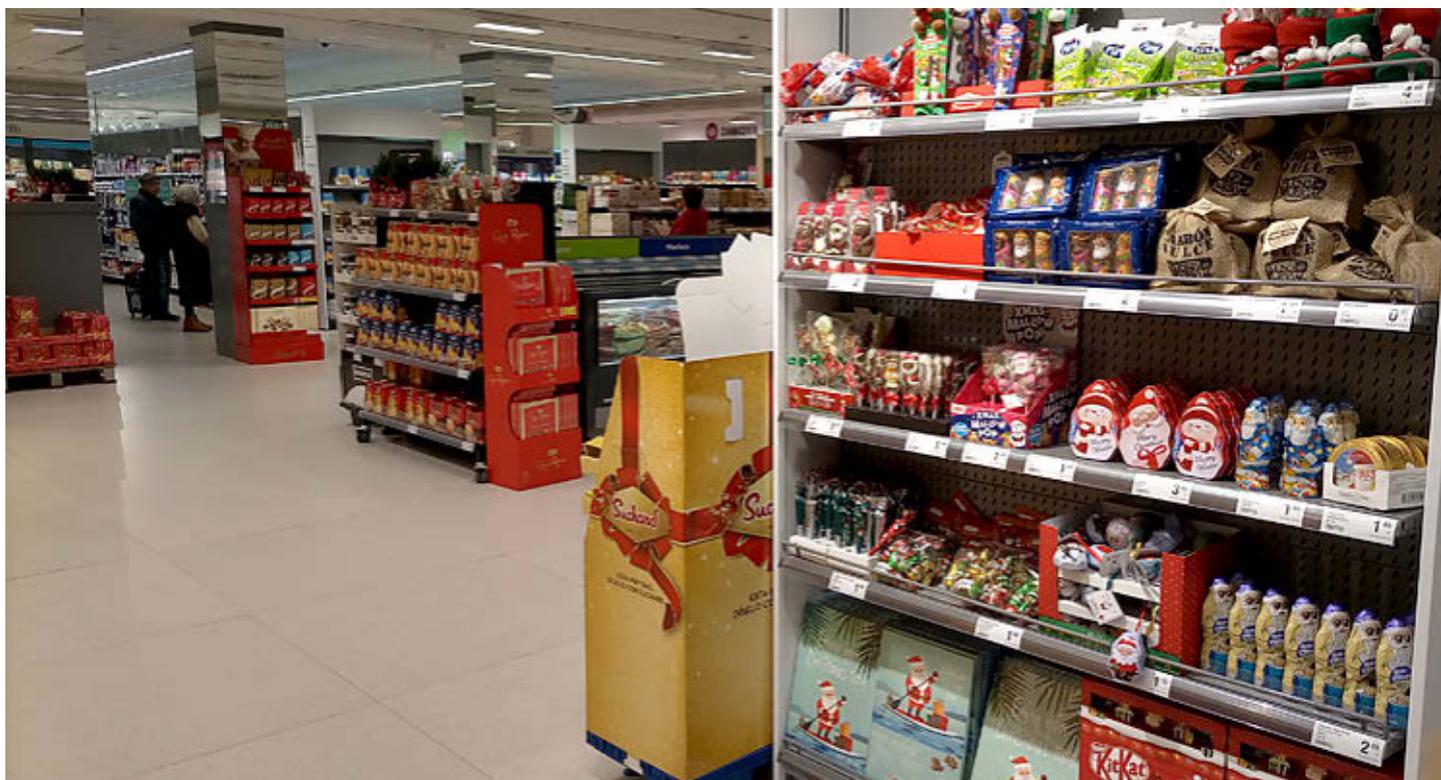
La sección de pescadería en una de las tiendas de Consum.

Con el encendido de las luces navideñas en muchas ciudades españolas y con los últimos coletazos de la nueva moda del *Black Friday* y el *Ciber Monday* para aprovechar el efecto *online*, la mayoría de los comercios ponen en marcha la que es una de las principales campañas de ventas del año. Las Navidades y su tirón del consumo también se perciben ya en los supermercados, donde los productos típicos de estas fechas ya ocupan buena parte del espacio desde hace semanas.

“Existe una gama de campaña de Navidad que se trabaja exclusivamente en esta época del año y que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes de este periodo”, explican desde la cooperativa valenciana de supermercados Consum. Como ocurre por estas fechas, sus tiendas han aumentado la oferta de productos en categorías consideradas más estacionales para estas fiestas. Entre los productos que desde la cadena de supermercados apuntan que dispararán las ventas en las próximas semanas por supuesto que se encuentran los dulces de navidad, cavas y espumosos, pero también muchas referencias de las secciones de frescos, como los mariscos, algunos pescados y también el cordero.

La llegada de la parte final del año supone “un plan promocional muy potente asociado a la Navidad”, explican desde la compañía de distribución. Así, las ofertas se apoyan “tanto en la oferta general como en la oferta personalizada adaptada a nuestros socios-clientes”, que gracias a su programa permite adaptarlas a los productos que pueden resultarles más interesantes.

Precisamente desde la cadena de supermercados estiman que “el mayor impacto para esta campaña vendrá dado por la inflación y la disminución del índice de confianza del consumidor que afectará a la cesta de la compra de nuestros clientes”. Por ello, desde la cadena apuestan como estrategia para esta campaña intentar “ofrecer precios competitivos en las referencias que son importantes para nuestros clientes en la cesta de la compra de este periodo”.



Lineales de un supermercado de la cadena con productos para la campaña navideña.

En las previsiones para las Navidades y el Fin de Año también pesa el tirón que se registró en los dos años anteriores por los efectos del coronavirus y las restricciones a las celebraciones en grandes grupos. “El año pasado tuvimos una campaña atípica, condicionada por el repunte de la pandemia que desvió mucha demanda del canal de hostelería y restauración (horeca) al hogar”, explican desde la cadena de distribución.

“Fue una campaña navideña muy marcada por la Covid-19 que generó un volumen de consumo muy elevado en el hogar. Para este año no se espera un impacto de la pandemia por lo que, en principio, el consumo fuera del hogar debería crecer y, por tanto, parte de la venta que absorbieron las cadenas de alimentación se desviará al canal horeca”, apuntan. Ese mayor gasto fuera del hogar repercutirá así indirectamente en su canal, especialmente ante una coyuntura marcada por la inflación y la subida de la cesta de la compra.

Para poder tener a punto toda su estructura en estos momentos de mayor demanda Consum prevé realizar “contrataciones puntuales para reforzar algunas tiendas”, aunque ese volumen de incorporaciones temporales será muy pequeño y no alcanzará la campaña de contratación más importantes, como las que realiza en Semana Santa o verano debido tanto a las vacaciones laborales de una parte importante de la plantilla como al hecho de que buena parte de sus puntos de venta se encuentran en

zonas turísticas del Mediterráneo que incrementan notablemente su población y con ella las compras de alimentación y productos básicos.

La cooperativa valenciana cuenta actualmente con más de 18.200 trabajadores, la mayoría a su vez socios, en Comunitat Valenciana, Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha y Aragón. Precisamente una de las prioridades de la empresa pasa por extender la semana laboral de cinco días en su red de super-

838

Tiendas, entre establecimientos propios y franquiciados, forman la red de la cooperativa

mercados. En los últimos meses ha aplicado esta medida de conciliación laboral en 91 tiendas más, de forma que ya son 283 las tiendas que disfrutan de esta jornada, que la cooperativa comenzó a implantar en octubre de 2021. Esta cifra representa el 59% de las tiendas de Consum y la previsión es extender dicha medida a toda su red comercial a principios de 2024.

Consum cuenta con un total de 838 supermercados, entre propios y franquiciados Charter, y en 2021 facturó 3.378,9 millones de euros, un 1,6% más, y obtuvo un beneficio de 67,9 millones de euros.



Un autobús en una calle de Gandía, uno de los 15 municipios en que la Zona de Bajas Emisiones entrará en vigor el 1 de enero.

Más de un tercio de los coches de Gandía no tienen tarjeta de la DGT

La entrada en vigor de las Zonas de Bajas Emisiones afecta especialmente a ese municipio y otros como Benidorm o Elda con un alto porcentaje de vehículos de más de 20 años.

elEconomista.es. Foto: eE

Casi 350.000 coches de los que actualmente circulan diariamente por las ciudades de la Comunitat Valenciana pueden verse afectados por la implantación de las nuevas normas de Zonas de Bajas Emisiones y ver comprometida su circulación en sus municipios al no disponer de la etiqueta de la Dirección General de Tráfico que permitirá la circulación. Se trata de los vehículos que superen los 20 años.

Según datos de Sumauto, especialista en portales verticales de automoción que integra a Autocasión, AutoScout24, Unoauto y RentingCoches, más de un millón de vehículos circulan por las ciudades de la autonomía que están obligadas a tener una Zona de Bajas Emisiones (ZBE) en 2023.

Con el objetivo de cumplir la Ley de Cambio Climático, esta normativa entrará en vigor el próximo año

en 15 municipios de Alicante, Valencia y Castellón, afectando a más de dos millones de personas o, lo que es lo mismo, el 45% de la población de la comunidad autónoma.

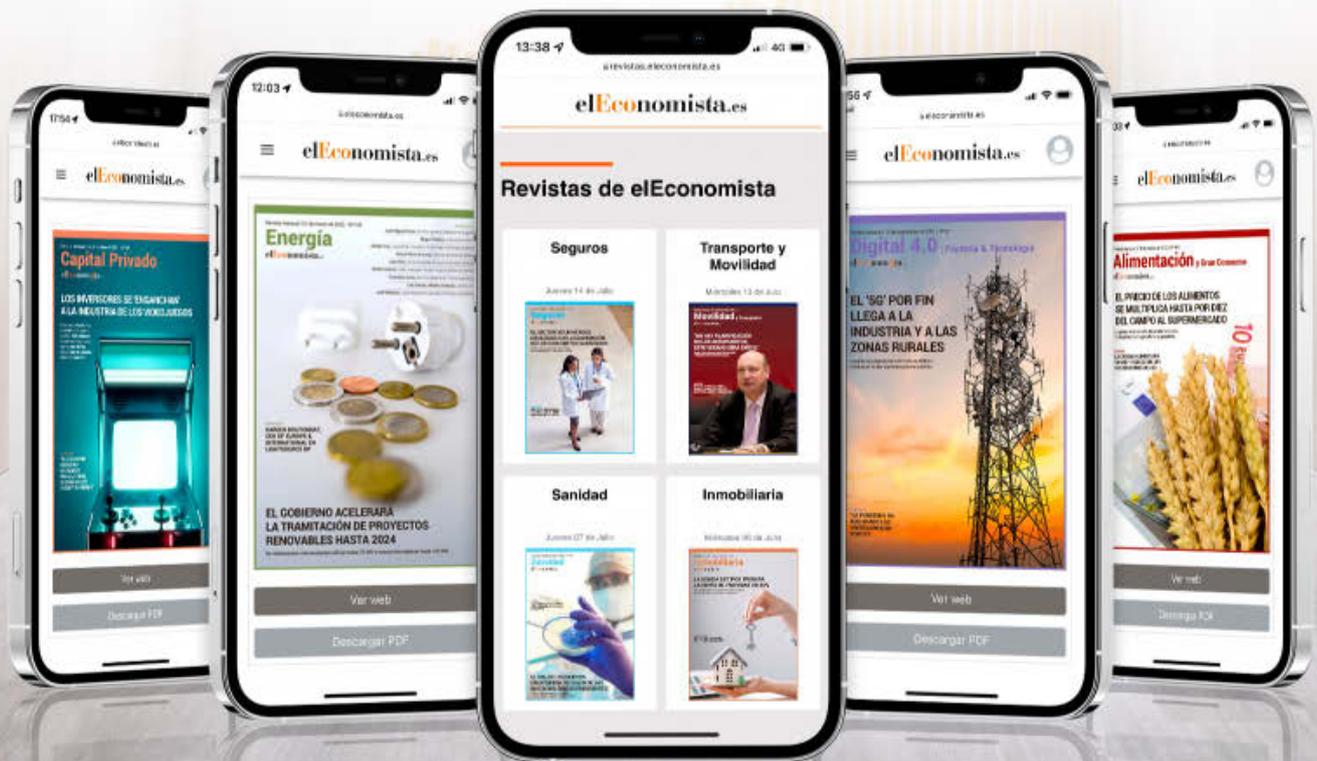
A partir de ahora, se abre un escenario de coches "inmovilizados" que, mientras no haya planes que incentiven el achatarramiento, se quedarán aparcados ocupando espacio en la ciudad, ya que, aunque no dispongan de etiquetas ambientales, sí podrán seguir obteniendo la tarjeta de residente para aparcar. Otra opción es que sus propietarios decidan sacarlos a la venta, siendo atractivos para zonas rurales o pequeñas poblaciones; o bien abrir mercado en el extranjero para su exportación.

Con un 36,7% de su parque móvil con más de 20 años, Gandía será el municipio de la Comunitat Valenciana más afectado por las restricciones de las ZBE. A continuación, aparece Elda con un 36%; Benidorm con un 35,6%; Alcoy con un 35%; y Torrevieja con un 34,6%. Mientras, Paterna (27,1%), San Vicente del Raspeig (28,1%) y Sagunto (29%) son los municipios con el menor ratio de coches de más de 20 años.

A nivel nacional, las ZBE afectarán a 149 municipios españoles en los que residen más de 25 millones de personas, es decir, poblaciones con el 53% de los habitantes de nuestro país y por las que circulan más de 11 millones de vehículos. De todos ellos, el 32% tienen más de dos décadas y carecen de etiqueta medioambiental.

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    



Vicente Sales Vivó
Subdirector del Instituto Tecnológico AIDIMME

La industria del hábitat, recalculando ruta

La pasada edición de Congreso Hábitat lanzó un mensaje contundente: hay que resistir el invierno. Vienen curvas en el último trimestre de año y el primero de 2023. Podemos estar ante el final de un ciclo de crecimiento, iniciado en 2014 con el despegue de las exportaciones e interrumpido solo abruptamente por la pandemia. Desde entonces, los confinamientos provocaron un efecto látigo que disparó las ventas en el sector del hábitat. Hubo que permanecer de forma obligatoria en los hogares y tuvimos que repensar los espacios de estudio y de trabajo, muchos cambios en tan poco tiempo, lo que hizo despegar la compra de muebles y las reformas, ofreciendo cifras de récord en los últimos semestres.

Esta situación ha alcanzado un punto de inflexión en verano de 2022. Dos hechos son definitivos: en primer lugar, los altos precios de las materias primas se han convertido en un problema generalizado de alta inflación a nivel internacional; en segundo lugar, el consumidor parece cerrar una etapa donde la vivienda había recuperado la prioridad en sus decisiones de compra. Las cartas del escenario macroeconómico parecen servidas en este final de año: la alta inflación está siendo combatida con un cambio drástico en las políticas monetarias de los bancos centrales, con tipos de interés al alza y encarecimiento de la deuda. Parece que la economía está abocada a una recesión, breve en el mejor de los casos, que permita recuperar el control de los precios. El crecimiento del PIB nacional en el tercer trimestre del año ha sido plano (0,2%).

En el sector del hábitat, algunos sectores anticipan el cambio de tendencia: los datos del Observatorio Español del Mercado del Mueble ya ofrecen cifras negativas interanuales en las ventas de los fabricantes en el tercer trimestre. Se nos avisa de que el invierno será largo y la cuesta de enero más complicada. Como aspecto positivo, España está menos expuesta al impacto de la crisis de la energía por una menor dependencia del gas ruso que otros países europeos. Con todo, mientras que las previsiones de crecimiento para 2023 en la eurozona son del 0,3%, en España son del 1%, según el último cálculo de Bruselas.



Estas tensiones han terminado por afectar a las conductas microeconómicas. Varios datos confirman que estamos en un cambio de tendencia de las decisiones de gasto de los hogares españoles.

El final de las restricciones sociosanitarias por la pandemia ha devuelto la alegría al consumo de ocio, viajes y restauración, en definitiva, al consumo experiencial. Junto con la compra de nuevas tecnologías, el consumo de experiencias ha demostrado en los años prepandemia ser una preferencia habitual de los consumidores, por delante de la compra de mobiliario y productos para la vivienda. Una evidencia que solo se ha revertido cuando, por necesidad, ha habido que confiarse y mientras ha durado la amenaza de la pandemia en sus posteriores olas.

Por tanto, la reapertura del consumo experiencial devuelve al sector del hábitat a la dura competencia por captar parte del presupuesto de los hogares. A esto hay que sumar unos elevados precios que, en el caso del mueble, muestran indicios de haber entrado en una fase de estabilización, lo cual no significa que necesariamente vayan a retroceder. Así, el índice de precios de consumo armonizado de los muebles para hogar se mantiene en crecimientos interanuales de entre 9,6 y 9,8% desde junio, mientras que el mismo índice para otros muebles y accesorios se sitúa entre 12,5 y 12,8%, manifestando cierta pausa en su ritmo desahogado desde inicios de 2021.



La reapertura del consumo experiencial devuelve la competencia por captar el presupuesto de los hogares

Un tercer dato refuerza el cambio de tendencia: el índice de confianza de los consumidores, que afecta especialmente a la compra de bienes duraderos, se ha situado en un terreno pesimista, solo ligeramente superior a la caída de confianza del inicio de la pandemia en marzo de 2020 o de la guerra en Ucrania en marzo de este año.

En resumen, 2022 ha presentado un comportamiento ambivalente, con un primer semestre de crecimiento y una segunda mitad de año donde el aterrizaje es patente. Es cierto que sigue habiendo indicadores positivos: hasta el momento, no se han detenido ni aplazado proyectos de instalación, a pesar de las tensiones en las cadenas de suministro. Tampoco el sector de la construcción ni el mercado inmobiliario muestran signos de alarma (el número de transacciones de compra-venta de viviendas y los precios mantienen el pulso). Es de esperar que cierto nivel de actividad se mantenga en 2023, pero sin viento de cola.

Precisamente, Congreso Hábitat trata sobre cómo los cambios del entorno competitivo traen oportunidades de innovación estratégica para las empresas. Un evento organizado por Aidimme gracias al patrocinio de patronales y entidades como Fevama, Asemad, Arvet, Aseban y Cofearfe, y que contó con la participación de 300 profesionales y expertos de los distintos sectores del hábitat. En el contexto actual, hay que dedicar más esfuerzo a la gestión de la cadena de valor y del catálogo de productos de cada empresa. En etapas de crecimiento ponemos el foco en el volumen de ventas o de exportaciones (cuidado con los indicadores sin deflactar en el contexto actual), pero en situaciones de contracción la prioridad debe ser el control de márgenes y rentabilidad a largo plazo. Esto no quiere decir abandonar la creación de valor ni la cultura de diseño que en los últimos años han dado tantos éxitos a las empresas del hábitat nacional, ni el impulso de marcas internacionales, ni de la innovación de materiales y productos sostenibles en el sector. La economía circular y la industria 4.0 siguen siendo paradigmas necesarios para la industria europea y el escenario para 2023 obliga a acelerar ciertos cambios en este marco para ganar en eficiencia, diferenciación y autonomía respecto a competidores globales.

Al igual que hacen los navegadores GPS ante cambios en el itinerario previsto, las tensiones del contexto empresarial para 2023 obligan a evaluar la información del entorno y reencontrar el camino hacia los objetivos estratégicos. El escenario global es de cambio en las reglas del juego y las empresas del sector del hábitat deben redefinir posiciones. En definitiva, una industria recalculando ruta.

L'Horta de Valencia frente al efecto invernadero en la COP 27

Global Omnium lleva a la Cumbre del Clima los proyectos para medir y actuar sobre la huella de carbono de las zonas agrícolas y del turismo de la capital valenciana.

elEconomista.es. Foto: eE



Una acequia junto a varios campos de L'Horta tradicional de Valencia.

La gran cita mundial para tratar de acordar soluciones a escala planetaria frente al cambio climático y el calentamiento global que se ha celebrado en Egipto ha conocido de primera mano algunos de los proyectos pioneros valencianos para hacer frente a este gran reto. Entre los ponentes que han participado en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y que este año se celebró en la ciudad de Sharm el Seij se encuentra el grupo valenciano Global Omnium, que desde hace años aplica su experiencia y su tecnología en la gestión de un recurso esencial, el agua, a otras áreas vinculadas con el medio ambiente.

Juan Luis Pozo, director de Sostenibilidad de Global Omnium, ha sido el encargado de participar en el foro con la voluntad de aportar la visión, el conocimiento, los valores y, sobre todo, los proyectos sostenibles del grupo valenciano. Uno de esos casos de estudio concreto está vinculado a uno de los

grandes espacios únicos de Valencia y los municipios que la rodean, L'Horta que marca el paisaje y el ecosistema agrario que ha pervivido durante siglos en territorio valenciano.

Se trata de HortiGO2 es un proyecto piloto que se desarrolla en colaboración con el Ayuntamiento de Valencia y agricultores de la huerta del municipio. El método desarrollado por Global Omnium persigue determinar el dióxido de carbono (CO2) que es capaz de absorber la huerta local y permitir así conocer hasta que punto ese espacio agrario actúa como sumidero de carbono. Un estudio que además de permitir conocer el efecto medioambiental también debe servir para valorar y cuantificar en términos de riqueza ecológica la actividad desarrollada en ese entorno.

Según explica el propio Pozo se trata de un proyecto que tiene doble interés, ya que por un lado con el también se hace frente al reto demográfico para que

no se abandone el terreno y la apuesta por el producto local de proximidad en la lucha contra el cambio climático.

Ese es uno de los dos proyectos que Global Omnium apadrina ante la conferencia internacional en el marco de la estrategia de lucha contra el cambio climático para mostrar como compensar emisiones con acciones positivas en el territorio y con impacto local y que se pueda comprobar.

La segunda de esas iniciativas presentada ante la COP 27 es el caso de éxito que ha supuesto la medición de huella de carbono que genera el conjunto del turismo de la ciudad de Valencia y la estrategia para su descarbonización haciendo de la ciudad un destino turístico sostenible e inteligente. Dentro de su estrategia de sostenibilidad, el grupo hídrico decidió desarrollar una metodología y tecnología propia para medir su propia huella de carbono y a partir de ella poder actuar en cada área.

La herramienta creada por el grupo valenciano permite medir y reducir la huella de carbono

“Era una herramienta que concebimos hace cuatro años para uso interno del grupo”, explica el director de Sostenibilidad del Grupo Global Omnium. Hace tres años el Ayuntamiento de Valencia recurrió al grupo, su socio tecnológico en la empresa que suministra el agua de la capital, para buscar como cuantificar y plantear soluciones sostenibles para el turismo en la ciudad. “Fue entonces cuando nos dimos cuenta de las posibilidades que tenía GO2, nuestra herramienta para medir la huella de carbono”, apunta Pozo.

La principal ventaja que ofrece su instrumento tecnológico es su capacidad para desglosar los distintos orígenes de las emisiones contaminantes directas e indirectas, más allá de la suma total agregada. “Eso es fundamental porque permite tomar medidas que inciden directamente en las actividades y sectores donde más rápidamente se puede generar un impacto”, explica el responsable de Sostenibilidad. La compañía valenciana ya es toda una veterana en estas cumbres mundiales contra el cambio climático, ya que esta es la tercera edición en la que participa.

Global Omnium ha extendido su experiencia en esta materia para ayudar a grandes eventos que buscan reducir su huella de carbono al mínimo o alcanzar la neutralidad, como el Torneo Conde de Godó o la Gala Michelin en Valencia. En este último caso, para compensar las emisiones generadas la organización acordó financiar el cultivo en



Juan Luis Pozo, director de Sostenibilidad de Global Omnium .

el entorno de Valencia de un cultivo agrícola con la propia marca gourmet de Michelin, que además se ofrecerá con un descuento del 15% en los restaurantes de la ciudad.

Precisamente Pozo hace hincapié en que la herramienta de Global Omnium no pretende ser un instrumento de *greenwashing* o marketing medioambiental que se limite a compensar esas emisiones con medidas como destinar dinero a actuaciones en la otra punta del planeta o la plantación masiva de árboles.

Otra empresa autonómica que ha intervenido en la Conferencia es la naviera alicantina Baleària. En su caso para mostrar casos de éxito como la apuesta por el gas natural, que permite descarbonizar barcos con el gas biometano, o la experiencia de su ferry eléctrico, que el próximo verano unirá Ibiza con Formentera reduciendo en un 80% las emisiones.

BORJA PELLICER

CEO de Bet Solar



El creador de la distribuidora de renovables contracorriente que ya genera 200 millones

Borja Pellicer ha logrado que la empresa que creó en 2015 en plena crisis del sector fotovoltaico en España multiplique sus ventas prácticamente año tras año. A sus 39 años, el fundador y CEO de Bet Solar acaba de ser premiado como Premio al Joven Empresario del año de AJEV por su trayectoria.

Por Á. C. Álvarez. Foto: eE

La crisis energética y la necesidad de apostar por las renovables llevó a Borja Pellicer, un recién titulado ingeniero técnico industrial, a realizar un Master con el que completar su formación. En 2010 entró a trabajar en una empresa especializada en sistemas de energía aislada, donde vivió en su propia carne la crisis de la energía fotovoltaica en España tras el decretazo que supuso un hachazo para las primas a esas renovables. Una situación que afectó a la compañía en la que trabajaba, que acabó presentando concurso de acreedores.

Sin embargo, aquella experiencia fue el germen de Bet Solar, la empresa que creó en 2015 para distribuir equipos de energía solar animado precisamente por algunos de los proveedores con los que ya había trabajado y que prácticamente ha conseguido multiplicar su negocio año tras año. "Bet Solar nació en los años más complicados de la fotovoltaica en España", recuerda Pellicer, que considera que una de las claves de su éxito ha sido apostar por la formación de sus principales clientes, instaladores e ingenierías. En los primeros años la joven compañía se centró en comercializar los equipos para sistemas aislados, es decir, soluciones que permitían abastecer a viviendas o instalaciones que no estaban conectadas a la red eléctrica.

Pero su crecimiento vertiginoso ha llegado con la proliferación de las instalaciones de autoconsumo, después de que se despejase la normativa y, sobre todo, los costes energéticos por las nubes hayan disparado la demanda de unas instalaciones que logran enormes ahorros en las facturas. "El año pasado facturamos 52 millones y este año llegaremos a los 200 millones de euros, con alrededor de un 80% de equipos para autoconsumo y un 20% para sistemas aislados", explica Pellicer. Además de multitud de instaladores en toda España, hoy también cuenta entre sus clientes con grandes comercializadoras de las propias eléctricas. Una trayectoria que acaba de ser reconocida con el Premio al Joven Empresario de este año que otorga la Asociación de Jóvenes Empresarios de Valencia (AJEV).

Bet Solar hoy emplea a 67 empleados y cuenta con dos centros logísticos en Valencia, con 10.000 metros cuadrados, y en Sevilla con 3.000 metros cuadrados. Además, desde el año pasado ya vende sus productos en Portugal. Sin embargo, para Pellicer esto es sólo el principio ante el auge imparable de las energías renovables y el autoconsumo. "El año que viene preveemos facturar 400 millones de euros, 360 millones en España y 40 millones en Portugal", explica. El grupo valenciano prevé crecer en plantilla hasta los 110 trabajadores, además de crecer en líneas como las baterías de almacenamiento, los puntos de recarga del coche eléctrico o la aerotermia. Y eso sin olvidar su internacionalización. Su intención es saltar a Italia y Polonia primero, y Francia y Reino Unido, posteriormente.