

LA AUTOMOCIÓN VALENCIANA ACELERA PARA NO PERDER EL TREN DE LA MOVILIDAD

El clúster regional Avia lanza un programa para aglutinar proyectos innovadores ante retos como el coche eléctrico y la conectividad




A Fondo | P6

El automóvil valenciano se une para desarrollar soluciones innovadoras

El clúster valenciano lanza Movility innovation VLC (MiV) para dar respuesta a la transformación que supondrá el coche eléctrico y la nueva movilidad.


Política | P14

La reversión de las concesiones de Sanidad se extiende a las ITV

El Gobierno del Botànic creará una empresa pública para asumir las estaciones de ITV a partir de 2023, ahora en manos de 7 empresas.


Entrevista | P16

Coviñas se plantea llegar a 20 millones de botellas al año

Pese a reducir su producción por los efectos del coronavirus en la hostelería, la bodega de Requena invierte para ampliar sus líneas.


Alimentación y juguete | P20

Cara y cruz de las industrias valencianas que se la juegan en Navidad

Mientras el juguete y el cava prevén recortes por los efectos de las restricciones en comercio y hostelería, turrón y uva del Vinalopó confían en el consumo en el hogar.

Emprendedores | P38

Criptan lanza una tarjeta visa y una pasarela de pago para bitcoin

Duis non massa risus, eu convallis quam. Fusce mauris nisi, dapibus eu interdum aliquet, sollicitudin nec leo. Proin commodo diam at tellus posuere ut rhoncus enim

Agua | P26

Global Omnium entra en Estados Unidos con su tecnología

El grupo valenciano crea una filial en el país y abre oficinas en Nueva York y Colorado con varios contratos de rastreo de covid.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña **Vicepresidente:** Raúl Beyruti Sánchez

Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez **Director de Marca y Eventos:** Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

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

Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega



Coger el volante para evitar quedarse en la cuneta

Imaginar como sería la economía valenciana hoy en día si Ford no hubiese elegido unos campos de naranjos junto a La Albufera para instalar su factoría resulta casi imposible. La planta de la multinacional estadounidense que está a punto de cumplir 45 años no solo ha creado un potente sector capaz de hacerse hueco en una de las industrias más competitivas y globalizadas. Hoy el automóvil y sus componentes suponen más de una cuarta parte de los que la Comunidad Valenciana vende al resto del mundo. Pero, además, su influencia ha sido palpable para mejorar la eficiencia en sectores tan diversos como el agroalimentario o la distribución.

En un momento crucial para el futuro del sector del automóvil ante retos como la descarbonización y la electrificación o la irrupción de nuevas tecnologías y del coche autónomo, las empresas valencianas han decidido unir fuerzas para ser ellas las que tomen el volante en un periplo que supondrá saltar del vehículo tradicional a toda una amalgama de servicios para ofrecer soluciones de movilidad a medida.

■ El automóvil, uno de los motores económicos valencianos desde la llegada de Ford, se juega asegurar su futuro ■

A través del clúster Avia las compañías quieren tener un papel protagonista en la transformación de uno de los grandes motores productivos, que además será uno de los nichos que contarán con una importante inyección de recursos de la Unión Europea para la reconstrucción tras la crisis del coronavirus. Quizá por su propia experiencia en un negocio en que para ensamblar un vehículo son necesarias miles de piezas de cientos de fabricantes distintos, las empresas de automoción son conscientes que para lograr el éxito no solo se necesitan unas a otras. También tienen que sumar músculo y, sobre todo, materia gris, de otros sectores y de la propia Administración.

Algunas de las grandes aspiraciones para asegurar el futuro del automóvil en la región, como una megafactoría de baterías eléctricas, dependen más que nunca de esa capacidad para tejer grandes alianzas entre operadores de campos completamente distintos.

De momento, el Gobierno autonómico ha demostrado que considera la industria del motor un activo fundamental de la Comunidad Valenciana. Entre 2021 y 2019 la Generalitat valenciana ha aportado 112 millones directamente a Ford, que durante ese periodo ha multiplicado por más de diez esos fondos con sus inversiones. Ahora el reto es impulsar en la misma dirección todos los esfuerzos y la financiación para garantizar la continuidad de un sector que supone cerca del 11% del PIB regional. Aunque sea para que una parte de sus empresas salten de los componentes de coches a actividades ahora impensables. Un proceso que muchas pymes que trabajaban para el mueble, el baño o el juguete, ya vivieron para suministrar a Ford cuando aterrizó en Valencia.



Guillermo Lucas

La nueva CaixaBank que integra a Bankia nace en Valencia

Las juntas de accionistas de Bankia y CaixaBank aprobaron en Valencia la fusión por absorción del banco surgido de Caja Madrid, Bancaja y un grupo de antiguas cajas y hasta ahora controlado por el Estado a través del Frob. La nueva CaixaBank se convertirá en el mayor banco por activos en España, con su domicilio social en Valencia y sedes operativas en Madrid y Barcelona.

Normalizando la discapacidad



¿Puede la discapacidad ser un factor determinante a la hora de buscar un trabajo? Para los ocho procesos de selección que pasó Eva el año pasado parece que sí. Todos los entrevistadores dedicaron más tiempo en descubrir qué discapacidad tenía que en conocer sus competencias para el puesto. ¿Por qué no centrarse en las capacidades de las personas? Eva aporta ahora todo su entusiasmo en un proyecto que le apasiona; su responsable se interesa por su fibromialgia únicamente para saber cómo puede facilitar que esté más cómoda desarrollando su función.



¡Descubre más
anécdotas de la campaña
Igual de diferentes!

El sector valenciano del automóvil se sube a la nueva movilidad

La industria auxiliar crea un proyecto para responder a retos como el coche eléctrico y garantizar la continuidad de uno de los motores económicos regionales

Á.C.Álvarez. Fotos: eE





La factoría de Ford en Almussafes y su parque de proveedores, que alberga más de un centenar de empresas.

De fabricar coches y sus piezas al reto de ofrecer servicios de movilidad sostenible. Ese es el gran salto en que se haya inmerso uno de los motores industriales y el mayor exportador de la Comunidad Valenciana: la industria de la automoción. En plan revolución del sector y en un año marcado por la caída de las ventas por la pandemia, el clúster valenciano de la automoción Avia ha puesto en marcha su plan para tratar de garantizar la transformación y supervivencia de un sector que emplea a 25.000 personas de manera directa y que supera los 12.000 millones de euros de facturación, más del 11% del PIB regional.

Por ello, para “catalizar” las energías necesarias y la colaboración de empresas y otros organismos de investigación e innovación para poder responder a este cambio de modelo Avia y sus cerca de 120 empresas, entre las que se incluye Ford, ha lanzado *Mobility innovation VLC* (MiV). “El MiV es esa palanca de transformación del sector de la automoción al sector de la movilidad que reúne a todos los agentes”, definió la presidenta de Avia, Mónica Alegre, durante la presentación de esta entidad.

Para el sector es un proyecto estratégico para el conjunto de la Comunidad Valenciana, ya que resulta esencial para garantizar el futuro de la industria. El MiV según Avia une a empresas, instituciones innovadoras, agentes del conocimiento administraciones, universidades para poder trabajar conjuntamente y poner en marcha proyectos industriales

que permitan asegurar la competitividad y la innovación en pleno cambio de paradigma del automóvil. Y todo ello en un momento en que además para poder lograr financiación europea son necesarias alianzas y colaboraciones.

Precisamente la creación de un organismo capaz de aglutinar proyectos innovadores en movilidad y transición energética es fundamental en un momento en que el propio Gobierno español ha anunciado

10.000

Millones de euros son los fondos europeos anunciados por el Gobierno para la automoción

que destinará 10.000 millones de euros de los fondos *Next Generation EU* procedentes de Bruselas al sector del motor en los próximos tres años.

“Solo con la colaboración pública-privada podremos avanzar y conseguir los retos que nos plantea la Unión Europea. No podemos ni debemos desaprovechar la oportunidad”, destacó Rebeca Torró, secretaria autonómica de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Consumo. La Administración valenciana apoya esta iniciativa que considera que permitirá poner en valor la investigación existente en la región para uno de los mayores moto-

res industriales de la autonomía. Además, considera que el MiV es complementario de la Agencia Valenciana de la innovación (AVI), la Red de Institutos Tecnológicos (Redit) y las universidades.

De momento, el MiV, que arrancó el pasado mes de junio, ya tiene definidos dos grandes proyectos para arrancar después de haber conocido los intereses de la industria, por un lado, y las posibles soluciones planteadas por el ecosistema innovador valenciano.

Tecnología y digitalización

El más avanzado es la creación en Almussafes del "primer parque industrial 5G de Europa con solución logística autónoma y conectada", en palabras de Fernando Colón, responsable del MiV. Un proyecto que busca aprovechar la nueva tecnología para opti-

El proyecto más avanzado busca unir el parque de Almussafes con robots logísticos guiados por 5G

mizar aún más la cadena logística entre las líneas de montaje de Ford y las empresas del parque de proveedores Juan Carlos I situado a su lado.

El MiV ya está financiando un proyecto piloto de vehículo automático guiado precisamente para el transporte dentro de la fábrica de uno de los proveedores valencianos de Ford en Almussafes, Grupo Segura, con la tecnología de una *startup* valenciana salida de la Universidad Politécnica de Valencia, Fivecomm. La intención es a partir de esta experiencia piloto y los datos reales poder mostrar su eficacia y extenderlo al resto del polígono.

El vehículo automático guiado (AGV) de hecho ya está presente en muchas factorías. Pero la combinación con el 5G permite multiplicar tanto sus aplicaciones como el número de robots conectados. Según explica Héctor Donat, la mayor capacidad de datos y velocidad de esta tecnología "permite operar en tiempo real y con una respuesta inmediata que permite poder controlar por remoto el vehículo. Además de más precisión, con 5G se pueden conectar millones de robots por kilómetro cuadrados, o lo que es lo mismo, miles de robots en una factoría, que hasta ahora era una barrera tecnológica". Otra ventaja es que esas redes son más seguras que otras alternativas actuales, algo fundamental para industrias críticas.

Para el Grupo Segura, que se dedica a la estampación, soldadura y pintura de componentes de marcas como Ford, Grupo Volkswagen o BMW y que además de en Valen-



Planta de estampación de Grupo Segura.

Robot conectado por 5G de Fivecomm.



cia cuenta con una planta en Hungría, este proyecto casa con su apuesta por la digitalización del grupo para optimizar al máximo su actividad. "Estos vehículos conectados permiten mucha flexibilidad por las altas necesidades de carga en la industria. Mejoran la trazabilidad de la producción y del almacén. Incluso el espacio, necesitan menos que un operario y, el metro cuadrado es caro", explicó Alberto España, *chief digital officer* (CDO) de Segura.

Se trata del primer ejemplo de las actuaciones que el MiV busca desarrollar a partir de soluciones reales y escalables desde la perspectiva industrial. Además de las mejoras que supondrán para las propias empresas de Avia, se quiere convertir a la Comunidad Valenciana en una zona de pruebas de soluciones que dan respuesta a retos



El modelo 'Kuga' híbrido enchufable, que ya se fabrica en la factoría valenciana de Ford.

de movilidad. Es decir, atraer a otras empresas y centros de innovación en esta colaboración.

Sistema de baterías completo

El otro gran proyecto pasa por poner en marcha un demostrador del paquete de baterías completo para el coche eléctrico desarrollado en la Comunidad Valenciana, y que por tanto también podría ser fabricado aquí. Un proyecto ambicioso previsto en varias fases de desarrollo según los distintos componentes que es preciso integrar y que busca también innovar en aspectos como la reducción del peso necesario o mejorar la transmisión de energía a otras partes del vehículo.

Sin duda la electrificación es una de las oportunidades para asegurarse el futuro, pero también una de las mayores incertidumbre para las factorías actuales. En el caso de Ford, la planta de Almussafes ha invertido 42 millones de euros en una planta de ensamblaje de baterías eléctricas para sus modelos híbridos, además de adaptar sus líneas para esos vehículos. "Ford, como el resto de empresas de Avia, ha acogido muy bien el MiV y participó en la evaluación de los retos y de los proyectos. Estamos hablando con ellos para evaluar su implicación en los próximos proyectos", aseguró Elena Lluch, gerente de Avia.

Una de las grandes aspiraciones tanto de la industria como de la Administración regional es conseguir implantar una megafactoría de baterías eléctricas. "Es una apuesta firme", aseguró Empar Martínez, directora general de Industria, Energía y Minas de la Generalitat Valenciana, que apuntó que el reto del almacenamiento de la energía va mucho más allá de las baterías y defendió promover un "ecosistema de fabricación de soluciones de almacenamiento energético" desde la Comunidad Valenciana. La directora de Industria consideró que iniciativas como el MiV van en la línea correcta para poder definir proyectos con los que concurrir a los fondos de recuperación europeos.

Aunque estas son las dos iniciativas iniciales, el MiV también se ha fijado ya en otras materias en que sus empresas buscan soluciones innovadoras. Además del coche eléctrico y la logística y almacenamiento, ya ha planteado varios retos relacionados con la calidad y mano de obra, el bienestar y confort interior, y los sistemas de limpieza exterior y de limpieza interior para hacer frente a la nueva realidad originada por el coronavirus. Según Avia, desde los institutos y centros de investigación se han presentado 80 soluciones a 24 de los 28 retos que plantearon las empresas de la industria de la automoción.

**M3nica Alegre**

Presidenta del cl3ster valenciano de automoci3n Avia

Un proyecto estrat3gico para ser un polo de atracci3n de inversiones en movilidad

El Mobility Innovation Valencia (MiV) es una oportunidad estrat3gica para la Comunitat Valenciana para convertirse en un foco de innovaci3n que atraiga inversiones a nuestro territorio. M3s all3 de la propia industria de automoci3n, el MiV es la palanca que puede convertir nuestra regi3n en un enclave determinante en la movilidad que se abre ante nosotros y en la que intervienen diversos agentes, tanto productivos como innovadores y empresariales.

Esto es as3 porque el MiV no solo pone su atenci3n en la fabricaci3n de componentes, actividad en la que ya somos especialmente competitivos, sino que tambi3n incluye a todo un ecosistema innovador que permite aunar el conocimiento y la innovaci3n que se desarrolla en diversos escenarios. Toda esta innovaci3n puesta al servicio de la sociedad para ofrecer respuesta al nuevo paradigma de la movilidad.

El MiV tiene en cuenta a las empresas del sector del autom3vil y sus necesidades, pero, sobre todo, tiene en cuenta las necesidades y los cambios que se han producido en los consumidores y que han convertido el veh3culo en un servicio que se paga por uso, y que no se adquiere. Tambi3n el MiV tiene en cuenta las necesidades que se abren en materia de conectividad, seguridad, productividad, mejora de la competitividad, electrificaci3n, descarbonizaci3n, etc. El MiV aterriza las megatendencias en movilidad y las acerca a todos los protagonistas que intervienen en este nuevo escenario.

Con este marco, recientemente hemos presentado esta palanca de transformaci3n para dar a conocer los objetivos y sobre todo, para implicar al conjunto de la sociedad. Porque en este cambio de paradigma estamos implicados todos, desde los fabricantes, hasta los usuarios, pasando muy especialmente por las administraciones. En este caso desde la Conselleria de Econom3a Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo hemos recibido el apoyo necesario para el inicio del proyecto. Pero ahora necesitamos la implicaci3n de m3s agentes que perciban la necesidad de apuntalar a la Comunitat Valenciana como un polo de innovaci3n en movilidad.



En este momento que se están analizando los presupuestos generales del Estado y en los que se cuenta con una importante partida presupuestaria para proyectos reales, tangibles, y productivos, desde el MiV reclamamos ese apoyo. Todo el dinero que se invierta en innovación y en industria es una inversión rentable. Afianzamos la industria, generamos proyectos de alto valor añadido, retenemos el talento y, finalmente, generamos riqueza y empleo de calidad.

El MiV busca precisamente atraer innovación, inversiones, estar en el mapa y en el radar de fabricantes de vehículos, de fabricantes de componentes y de soluciones en movilidad y en la mente de diferentes autoridades que diseñan la movilidad y las ciudades del futuro.

Cuando apelamos a las administraciones no lo hacemos solo para solicitarles apoyo financiero, sino también para que confíen en las capacidades que el MiV pone a su disposición. Desde la estructura de esta entidad podemos diseñar y crear desde prototipos industriales, hasta *software* de gestión o integradores de *smart cities*. Podemos dar soluciones reales, escalables y sostenibles, siempre desde la perspectiva industrial y desde el territorio valenciano.



■
**Supone la pervivencia
del sector, su continuidad
para los próximos 30 años
y la generación de empleo
y riqueza**
■

Y también apelamos a las administraciones para que sean nuestros embajadores internacionales y vendan nuestras capacidades productivas e innovadoras en los foros europeos donde se debaten las estrategias y megatendencias en materia de movilidad.

Porque no estamos hablando de un ente abstracto cargado de buenas intenciones. El MiV ya se ha puesto en marcha. Comenzó su andadura antes de verano con la incorporación de un agente de innovación, un profesional cuyo perfil encaja con las necesidades de esta estructura: aunar los esfuerzos del ecosistema innovador, con las necesidades de empresas, sociedad, usuarios, consumidores... ciudadanos.

Y para más concreción el MiV apuesta por el desarrollo de proyectos piloto que se puedan comprobar y testar. Es el caso del que ya hemos presentado de la mano de Grupo Segura y de FiveComm y que busca integrar los vehículos guiados autónomos con el 5G para una mejor operatividad en el seno de los centros productivos. Se trata de una tecnología que, en el momento en el que esté comprobada, podrá implementarse en otras empresas, en otros sectores, y en otros ámbitos del conocimiento. De esta manera, la Comunitat Valenciana se convierte en una zona de pruebas de las soluciones que se han planteado.

Una de las ventajas del MiV es precisamente su entorno abierto y colaborativo. El MiV identifica soluciones reales, gracias a todo el ecosistema innovador que hemos integrado e invierte en las soluciones que se eligen. Una vez se pone en marcha un proyecto piloto se comparte y se transfiere el conocimiento para que todo el ecosistema se beneficie y pueda enriquecerse. Se trata, finalmente, de un conocimiento que se retroalimenta y que se engrandece en cada proyecto.

El MiV es un proyecto que resulta estratégico para el conjunto de la Comunitat Valenciana y de su posición en el mapa de la innovación y de la movilidad. Es un tren que nuestra región no puede perder, ya que supone la pervivencia del sector, su continuidad para los próximos 30 años, y sobre todo, la generación de empleo y riqueza. Actualmente, cerca de 25,000 familias viven de manera directa del sector. El objetivo es que ese número crezca con un empleo altamente cualificado y de calidad. Y eso lo proporciona la innovación y las inversiones en nuestro territorio. El MiV no ha comenzado más que su andadura, pero confiamos en que en el año 2021, sin el peso de la pandemia, pueda ser la palanca para la transformación de nuestra industria y para que se aúnen los esfuerzos de investigadores, empresas, administraciones, etc., todo con la única finalidad de satisfacer las necesidades en materia de movilidad de los ciudadanos.

Ford cierra un año de continuos parones con una caída del 31,8% en la producción

La mayor factoría de Valencia ha visto como el arranque de sus versiones híbridas y el anuncio de un nuevo motor no despejan la incertidumbre ante un mercado con el freno puesto

Á.C.Á. Foto: JulioDeLaFuente(c)

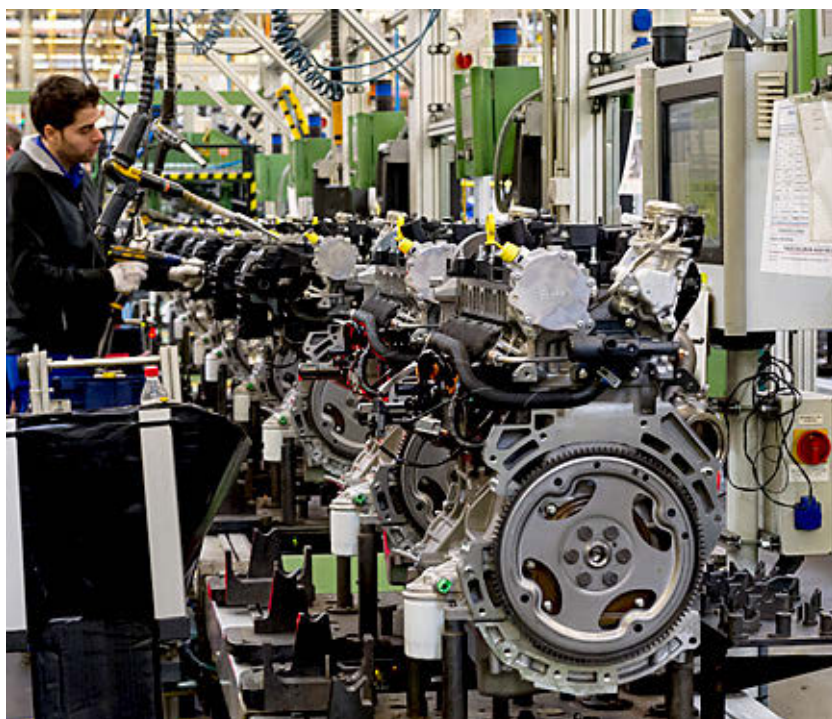
El año 2020 no iba a ser el mejor ejercicio de la factoría de Ford España ya antes de que el coronavirus irrumpiese en España. Antes de que los contagios llegasen a nuestro país, las previsiones de producción de la planta valenciana iban hacia abajo, aunque Almussafes podía presumir de haber salvado el plan de reestructuración de Ford en Europa prácticamente indemne. Poco antes de que la pandemia lo trastocase todos la multinacional anunció un recorte de 350 empleos por las previsiones de menores ventas para este año, que finalmente se materializó en septiembre.

La fábrica de Almussafes tuvo que paralizar su actividad cuando en marzo empezaron a aparecer los primeros casos entre sus trabajadores. Un parón por fuerza mayor que fue el comienzo de los expedientes temporales de regulación de empleo (Erte) que han marcado un año atípico, en cuya recta final de año los nuevos cofinamientos en algunos países han vuelto a detener las líneas de producción. El parón navideño de este año, de casi, un mes es el más largo que se recuerda en una década.

Un descenso de la actividad que se ha reflejado en una fuerte disminución de los coches que han salido de la planta valenciana. Las líneas de montaje se detuvieron el pasado miércoles después de haber ensamblado un total de 235.400 automóviles en el último años, 110.2250 vehículos menos que en 2019, lo que supone una caída del 31,8%.

La situación del mercado no ha permitido comprobar las ilusiones puestas en las nuevas versiones híbridas de los modelos que fabrica Valencia, principalmente en el *Kuga*, el modelo que representa más de la mitad de la fabricación de la instalación. Precisamente para hacer frente a estos modelos electrificados Ford ha construido una planta de ensamblaje final de baterías.

Pero no todo fueron malas noticias. La marca del óvalo también anunció un nuevo encargo para la planta de motores de Valencia, que se encontraba en una difícil situación después de que el fabricante decidiese llevarse el montaje de los motores que producía a Norteamérica. En su lugar Almussafes



Línea de motores de Almussafes.

asumirá un nuevo propulsor, denominado GDI, destinado al mercado americano, aunque este encargo en principio solo durará hasta 2023. Más allá de los ajustes que supondrá, como tener que parar esta instalación una semana en marzo, la gran incógnita es si este encargo supondrá un primer paso para

Las líneas de Almussafes montaron 235.400 coches en 2020, más de la mitad 'Kuga'

recibir posteriormente el pedido de otros motores híbridos para toda Europa. Una carga de trabajo que aún no está despejada y que supondría garantizar el futuro de una instalación a la que la cada vez mayor electrificación amenaza si no se especializa en nuevos productos.

Construcción

Egipto no tendrá que pagar 236 millones a Cementos La Unión



Cementos La Unión, controlado por la familia Bertolín y uno de los grandes inversores españoles en Egipto tras instalar allí su mayor factoría de clínker, acaba de perder el largo litigio en el que reclamaba 236 millones de euros al Gobierno de ese país. La cementera española había recurrido a un arbitraje internacional después de que Egipto aprobase un decreto en 2008 que imponía de forma retroactiva nuevas licencias de actividad y de electricidad a su planta poco después de haber finalizado la construcción.

Tras varios años de negociaciones sin lograr un acuerdo para Arabian Cement Company, la factoría

egipcia en la que el grupo español es el principal accionista con el 60% del capital, decidió recurrir en 2013 al arbitraje del Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (Ciadi) del Banco Mundial. Sin embargo, el tribunal de arbitraje ha tumbado esa reivindicación. Aunque el laudo final considera que Egipto es responsable de incumplimientos del tratado, señala que los mismos no dan derecho al inversor español a percibir la indemnización que exige. La decisión, aunque contó con el voto particular contrario de uno de los tres árbitros, supone un duro golpe para Cementos La Unión. Fuentes de la empresa señalaron que continuarán con su reclamación.

Tecnología

Facephi logra 20 millones de la suiza Nice&Green



La tecnológica alicantina FacePhi acaba de cerrar dos operaciones que le permitirán contar con financiación para sus planes de crecimiento. Por un lado, la firma de soluciones de reconocimiento facial y biometría ha logrado un nuevo acuerdo de inversión con la firma suiza Nice&Green por valor de hasta 20 millones de euros. Nice&Green ya alcanzó el año pasado un acuerdo similar aunque por un importe mucho más limitado, 4 millones de euros.

El nuevo acuerdo de inversión alcanzado con Nice&Green se materializará en su totalidad a través de la emisión de Equity Warrants por un perio-

do de dos años, alcanzando los 20 millones de euros como importe total máximo disponible. Los *equity warrants* son derechos sobre acciones, que se pueden convertir en un momento determinado a un precio previamente acordado entre las partes. La inyección de liquidez de este acuerdo ha ayudado a la compañía a crecer orgánica e inorgánicamente. Así, con esos fondos cerró la adquisición de Ecercit a principios de 2020. La empresa alicantina que se centra sobre todo en el sector bancario y financiero también ha firmado un préstamo sindicado por importe de hasta 13 millones con el Banco Santander, Caixabank, Banco de Sabadell y Deutsche Bank.

Energía

Generalitat y empresas buscan 475 millones para el hidrógeno



El presidente valenciano ha firmado el protocolo de colaboración para desarrollar la Estrategia Valenciana del Hidrógeno con una docena de empresas, además de las patronales del azulejo y de las esmalteras y otros organismos públicos. El objetivo según anunció Puig es movilizar 475 millones de euros en proyectos para desarrollar el uso del hidrógeno limpio y obtener financiación de los fondos europeos de recuperación para ello. Un carrera auspiciada por el propio Gobierno central de Pedro Sánchez y a la que ya hay varias comunidades autónomas lanzadas como País Vasco y Cataluña.

El presidente valenciano apostó por fórmulas de colaboración público privada para afrontar estos nuevos proyectos, que señaló que podrían revolucionar el transporte y la industria, aunque no concretó las iniciativas en que se está trabajando. Puig logró sumar a las principales energéticas presentes en la región, como Iberdrola, Naturgy y Enagás, además de BP que posee la refinería de Castellón. También el grupo japonés UBE, la patronal azulejera Ascer y de la de los fabricantes de esmaltes y fritas, Anffecc. Otras empresas que se han sumado son Baleària, la Autoridad Portuaria de Valencia, Etra I+D, Stadler, FGV, Grupo Gimeno y Ampere Energy.



Una estación de ITV. Fernando Ruso

Nuevo capítulo en las reversiones: de Sanidad a las estaciones de ITV

El Gobierno de coalición de PSPV, Compromís y Podem continúa con su estrategia de engordar el sector público recuperando actividades de gestión privada. Tras 25 años de concesiones, una empresa pública asumirá la inspección técnica de vehículos en la Comunidad Valenciana a principios de 2023

Á. C. Álvarez.

El Gobierno valenciano de Ximo Puig da un paso más en su política de reversión de concesiones públicas a empresas privadas y asumirá directamente las estaciones de ITV, que ahora gestionan siete compañías repartidas por el territorio valenciano. Una estrategia que mantiene la seguida con las concesiones sanitarias, donde ya ha revertido la concesión del departamento de la comarca valenciana de La Ribera

que incluye el hospital de Alzira y a la que seguirá la de Torrevieja.

La Conselleria de Economía Sostenible que dirige Rafael Climent, ha justificado la decisión de revertir las actuales estaciones de inspección técnicas de vehículos (ITV) en base a un estudio que considera que asumir directamente la gestión es la opción que generará más ingresos para las arcas autonómicas.



El conseller de Economía, Rafael Cliement. Guillermo Lucas

micas. Según ese informe, las ganancias netas para la Generalitat serán de más de 39 millones de euros anuales. El documento, elaborado por la consultora Nuve Consulting, apunta que si se renuevan las concesiones actuales esa cifra sería de poco más de 7 millones al año y si se licitase una nueva concesión rondaría los 19 millones.

Para el conseller de Economía, estas cifras avalan los planes del Gobierno del Botànic, que se ha marcado como objetivo que la gestión de las ITV se realice desde el sector público una vez concluya la concesión actual, vigente hasta el 31 de diciembre de 2022. Los planes del conseller pasan por crear una empresa pública, que estará liderada por el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (Ivace), a la que se subrogará todo el personal de las ITV.

Cliement también justificó la decisión en que la Administración valenciana prevé ampliar la red de esta-

ciones. Actualmente existen 27 inspecciones fijas y 13 móviles. "La gestión directa pública permitirá completar y ampliar la actual red de ITV con diez nuevas estaciones en la Comunitat que harán posible que el 90% de la población pueda pasar la inspección con un tiempo de desplazamiento hasta la estación de ITV más cercana inferior a 30 minutos", apuntó el conseller. De hecho, la Conselleria prevé iniciar la construcción de una nueva ITV en Torrent (Valencia) antes de la reversión como proyecto piloto, con una inversión de 735.000 euros.

Uno de los puntos conflictivos en la decisión de no prolongar las concesiones, como ha ocurrido en el caso sanitario, será la subrogación del personal. El informe asegura que todo el personal afecto a las estaciones actuales tendrá que pasar a la sociedad mercantil pública sin que sea considerado como personal propio de la administración, pero manteniendo los compromisos laborales adquiridos en las concesionarias. El conseller ha afirmado que "se abre un periodo de tiempo y de análisis del informe para valorar y estudiar las soluciones posibles para desarrollar la subrogación del personal".

Las empresas afectadas

Entre las siete concesionarias actuales se encuen-

Applus, TUV SUD, SGS o Global Omnium son algunos de los socios de las concesionarias

tran 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.

La concesión que se licitó con el Gobierno del Partido Popular y bajo la presidencia de Eduardo Zaplana establecía un plazo de duración inicial de 25 años, pero también contemplaba la posibilidad de que se ampliaran por periodos de diez años, hasta un máximo de 75.

La licitación de estas concesiones que en su día ya fue polémica, se ha mantenido durante estos años porque las tarifas en la Comunidad Valenciana para pasar estas inspecciones obligatorias eran de las más elevadas de toda España. Precisamente las posibles comisiones ilegales en el concurso público para adjudicar las ITV forman parte de la investigación judicial por la que el expresidente valenciano Eduardo Zaplana fue detenido y permaneció en prisión, por el denominado 'Caso Erial'.

LUIS MIGUEL CALLEJA

Director técnico y enólogo de Coviñas



“Hemos crecido un 10% en el canal alimentación este año, aunque no cubre la caída en hostelería”

El responsable de los caldos de una de las grandes bodegas de Utiel-Requena, Coviñas, explica cómo ha reaccionado la cooperativa ante una pandemia que ha beneficiado a sus ventas en la distribución, pero que también ha golpeado su negocio hostelero. Un sector por el que sigue apostando con una nueva línea de vinos

Por Ángel C. Álvarez. Fotos: Guillermo Lucas

Con casi cuatro décadas de experiencia en el sector vitivinícola español y en el mundo cooperativo, Luis Miguel Calleja es el máximo responsable de dar forma a los caldos de una de las grandes bodegas de Utiel-Requena, Coviñas. Calleja, que ha trabajado en bodegas de Extremadura y Castilla-La Mancha, tiene como principal reto desarrollar nuevos vinos que permitan ampliar la presencia internacional de la bodega valenciana.

Coviñas es una bodega muy arraigada como cooperativa en la Denominación de Origen Utiel-Requena, ¿cuál es su peso en el sector vinícola de esa comarca?

Somos una cooperativa de segundo grado que pertenece a diez cooperativas de Utiel-Requena que suponen el 40% de los terrenos de viñedo de la zona y que agrupan a cerca de 3.000 agricultores. A estas cooperativas en función de su participación en Covi-

ñas se les asigna un volumen de vino, que nosotros embotellamos, comercializamos y luego liquidamos a cada cooperativa. Por eso para nosotros es muy importante obtener un buen precio con el que retribuir a las cooperativas y en última instancia a sus agricultores. Son cooperativas pequeñas y medianas, que producen de media entre 5 y 6 millones de uvas al año, por eso es importante el papel de Coviñas. La idea es que todo lo que ellas produzcan lo podamos comercializar nosotros. El primer año la cooperativa no paso del millón de botellas y poco a poco hemos llegado a superar los 17 millones en un año. Nuestro objetivo a medio plazo es llegar a los 20 millones de botellas, algo que lógicamente no vamos a lograr este año ni el próximo por el coronavirus.

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en la actividad y el negocio de Coviñas?

Afortunadamente nuestro producto está más dirigido al segmento de alimentación con

taria no nos ha permitido cubrir toda la caída del canal horeca nacional. Pero pese a ello estamos contentos, porque terminaremos con 16,2 millones de unidades embotelladas este año, alrededor de un millón menos que el año anterior, con todas las particularidades que ha tenido por el coronavirus. En nuestro caso el ejercicio se cierra en septiembre porque va con la campaña agrícola. En el último facturamos 19,69 millones de euros con vino embotellado, una cifra muy similar al año anterior.

En el caso de la distribución alimentaria, los efectos de la crisis económica, ¿ya se están percibiendo en los precios y en una mayor competencia entre los operadores?

Está afectando ya. Los grandes compradores de hecho nos están indicando que reestructuremos el nivel de precios para ajustarnos a la nueva realidad del mercado. Los precios de compra de uva en la zona han tenido este año una bajada muy importante. Nos

“Terminaremos el año con alrededor de un millón menos de botellas que el anterior por la situación en el canal horeca”

“La idea es comercializar todo lo que produzcan nuestras cooperativas y a medio plazo llegar a 20 millones de botellas”



mucho peso de la exportación, y esa parte este año ha aumentado, en torno a un 10%, por el confinamiento. El canal alimentación supone alrededor del 80% del negocio, tanto nacional como exportación, que llega casi al 70%. Hemos tenido que trabajar a dos turnos incluso sábados para poder servir todos los pedidos que teníamos y tratando que no hubiese ningún contacto entre los empleados de uno y otro turno para salvaguardar la actividad y vernos obligados a parar por completo en caso de contagios.

Pero sus vinos también se pueden encontrar en hostelería y restauración, donde el impacto de la pandemia ha sido muy significativo.

El otro canal, el de horeca, que normalmente supone el 20% restante, este año prácticamente ha desaparecido del mapa. Y es cierto que la subida en la distribución alimen-

hemos encontrado con bodegas llenas a la hora de empezar la vendimia y eso se ha notado, con descensos en el precio de uva de hasta más del 30%. Nosotros no liquidamos según el valor de la uva, sino según el precio al que hemos vendido el vino. Los propios grandes compradores no se atreven a adquirir las mismas cantidades del año pasado por la incertidumbre, nadie quiere acaparar más vino. Por eso están comprando a corto plazo, no para todo el año como solía ser habitual. Parece que todos estamos a la espera de como funcione la vacuna para salir de la incertidumbre.

Aún les queda mucho margen para llegar al objetivo que se han marcado de 20 millones de botellas. ¿Cómo esperan lograrlo?

Para conseguirlo estamos inmersos en una serie de inversiones para mejorar y modernizar las instalaciones. Estamos terminando un

proyecto que supone un desembolso de 1,4 millones de euros para una nueva línea de embotellado. Además de permitirnos aumentar el número de botellas, se trata de una línea con características isobáricas, capaz de embotellar vinos a presión para gasificados y espumosos. También hemos aumentado almacenes porque nos empezaba a faltar y ahora estamos centrándonos en mejorar los procesos de automatización en colaboración con empresas externas. Queremos automatizar al máximo el proceso desde que nos llega el vino hasta que salen los camiones. Por ejemplo, vamos a crear nuevos depósitos de materia prima. La forma de rentabilizar la producción de las cooperativas es ir a canales de gran venta y la economía de escala, si embotellamos más puedes negociar mejor las compras de tus materias primas. Nos interesa crecer para ser más competitivos.

Y por la parte de producto también están ampliando su oferta.

internacional. Además, Aula incluye un tinto joven con bobal y tempranillo; y un crianza que hemos pensado para compartir. Luego esta línea se completará con vinos varietales y pequeñas crianzas para abarcar todos los gustos.

¿Cuánto supone la variedad bobal de la producción de la bodega?

Sin duda es la mayoritaria. Debemos andar en torno al 75%, aunque en exportación es algo menos, alrededor del 60%. En los mercados exteriores son más de caldos con varios tipos de uva, en nuestro caso normalmente bobal y tempranillo.

¿A qué mercados se quieren dirigir con la nueva línea de Aula?

Es un vino pensado para un canal específico, el horeca. Nos hemos lanzado a comercializarlo antes de Navidades pese a la incertidumbre. Creemos que también una forma de ayudar a la hostelería es lanzando nove-

“Hemos invertido 1,4 millones en una línea de embotellado que nos permitirá elaborar gasificados y espumosos”

“Los precios de la uva han llegado a bajar un 30% y los compradores no quieren acaparar vino ante la incertidumbre”



Estamos lanzando una nueva línea de vinos con la marca Aula. Hemos trabajado mucho en que se identifique con la bodega y las cooperativas y sus agricultores. Se trata de una gama con dos vinos blancos, uno de ellos verdejo, muy al gusto del mercado internacional que ha dado muy buenos resultados en las catas. También lanzamos un rosado de bobal, la uva autóctona de esta zona. Hemos visto que esta variedad da unos rosados sin competencia con un potencial aromático tremendo de frambuesa, fresa, regaliz, etc., es un afrutado muy reconocible y combina la frescura de un vino blanco con la elegancia de un tinto. Cada año estamos haciendo más rosados de bobal porque están teniendo una gran aceptación, y sigue siendo muy desconocida a nivel internacional. Y eso lo estamos potenciando porque creemos que es un tipo de vino que nos puede servir de punta de lanza

dades. Y como en todos los vinos de Coviñas queremos competir en precio y en calidad. Además de en restaurantes y bares, también esta marca se utilizará en tiendas especializadas o gourmet y lo pondremos a la venta en la tienda *online*.

¿Cuánto tiempo cuesta desarrollar una nueva gama de vinos así?

Llevamos trabajando más de un año. Primero nuestros dos equipos comerciales, el de nacional y el de exportación, tienen que ponerse de acuerdo en lo que queremos hacer para empujar todos en la misma dirección. Diseñar a quien va dirigido y luego la presentación que quieres dar al producto. Ahora estamos en la fase de embotellado y difusión, para empezar con la distribución. Sabemos que en este caso nos va a costar mucho por la situación de la restauración, pero quien no innova termina muriendo.

¿Son vinos destinados al público en general o buscan un tipo de consumidor más selecto?

Yo como enólogo no elaboro los vinos que a mí me gustan. Elaboro los vinos para los gustos de mis clientes, del mercado. A cada uno nos gustaría hacer un tipo de vino específico, pero tenemos que producir lo que nos van a demandar. Por ejemplo, a mí personalmente me encanta el vino blanco y el rosado bien hecho, entre otras cosas porque los considero más difíciles de hacer técnicamente. Como yo digo, tienen muy mala leche, cualquier desliz durante el proceso de elaboración el vino es como una esponja y lo va a transmitir. El vino tinto te da mucho más margen porque suele absorber más cualquier desviación que tengas, aunque también tiene su dificultad.

¿Qué es entonces lo que les demandan los clientes de los vinos de Coviñas?

En la línea de vinos jóvenes, sobre todo fres-

y diez litros. Con ellos nos estamos posicionando en grandes superficies en Holanda, Alemania y otros países europeos. De hecho, estamos consiguiendo grandes contratos de crianza, ya que contamos con un parque de 7.000 barricas. La nueva línea de embotellamiento también nos permitirá ampliar con líneas de productos en espumosos y gasificados elaborados en grandes recipientes (granvas).

La pandemia también ha acelerado la digitalización y los canales 'online', ¿qué está haciendo en ese terreno Coviñas?

Nos preocupa hasta el punto que estamos trabajando con una empresa externa para el estudio de adaptación y puesta al día digital. Prácticamente está finalizado y queremos implantar próximamente estos cambios. Todos los departamentos de la empresa están participando estrechamente. En nuestra tienda *online* ya vendemos todos nuestros vinos. Con el confinamiento han aumen-

“Hemos lanzado una nueva línea de vinos Aula para el canal horeca, creemos que es una forma de ayudar a la hostelería”



“La variedad bobal da unos rosados con un potencial tremendo y queremos que sea una punta de lanza internacional”



cura, un aroma agradable y que entren en boca muy bien. Que la acidez del vino no sea lo primero que se note y también una buena permanencia en el paladar, que te recuerde el aroma inicial afrutado. Eso es lo que yo estoy buscando como técnico, porque si consigo un vino así el consumidor después de tomar una copa de nuestro vino seguro que pedirá una segunda copa.

¿Tienen previstas más innovaciones en los próximos meses?

Estamos trabajando constantemente. Por ejemplo, queremos entrar en productos como los *keykegs*, recipientes cilíndricos similares a barriles que se usan en Estados Unidos y se están extendiendo en Europa para restauración. Ya hemos hecho nuestros primeros pedidos, aunque se ha ralentizado por la situación. También estamos potenciando los *bag in box*, que embotellamos en dos, tres, cinco

tado más de un 100% las ventas en ese canal, aunque aún sigue siendo una cantidad de vino que no es significativa respecto a las ventas totales. Pero está claro que eso es una tendencia que va a ir aumentando progresivamente. Es una oportunidad que hay que intentar aprovechar para posicionarse.

Uno de los productos tradicionales de Coviñas es el cava. ¿Cómo está siendo esta campaña navideña?

Desde Coviñas apostamos enormemente por el cava de Requena, que estamos introduciendo en países como Japón, donde está funcionando muy bien. Es cierto que en las últimas Navidades se han multiplicado las ventas, y que este año no se está vendiendo tanto por la incertidumbre. Nuestro objetivo es situarnos en entre 400.000 y 500.000 botellas de cava este año, manteniendo los niveles de años anteriores.



El turrón de Jijona y de Alicante es un clásico en los hogares españoles en estas fiestas.

Cara y cruz para las industrias valencianas de la Navidad

Mientras el turrón y la uva del Vinalopó confían mantener o incluso aumentar sus ventas en unas fiestas más hogareñas que nunca, el cava y el juguete se verán golpeados por el impacto de las restricciones por la pandemia en la hostelería y en el comercio

Ángel C. Álvarez. Fotos: eE

Las Navidades son algo más que unas fiestas entrañables y familiares para las empresas de la Comunidad Valenciana que pertenecen a alguno de los sectores que se juegan en estas semanas del año la mayoría de su negocio. A la incertidumbre que siempre supone esa estacionalidad, este año se ha añadido la situación generada por el coronavirus y las restricciones para tratar de frenar su contagio, que han hecho que lo único segu-

ro a estas alturas es que estas serán unas Navidades completamente atípicas.

La provincia de Alicante es la cuna de dos de las industrias tradicionalmente más enfocadas a las Navidades: el juguete y el turrón. La comarca de la Foia de Castalla, rebautizada como el Valle del Juguete y que incluye municipios como Ibi y Onil, sigue siendo un destacado núcleo histórico juguetero, una

industria en la que la Comunidad Valenciana se mantiene como la primera región española tanto por número de empresas, unas 90, como por ventas, con el 38% de la facturación total de esta industria, que facturó 1.649 millones de euros en 2019.

Para el presidente de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, José Antonio Pastor, la fuerte dependencia de Papa Noel y los Reyes Magos que hacen del mercado español el más estacional de Europa, con cerca del 70% de las ventas en estas fechas, también tiene su lado positivo. "En estas fechas el juguete en España es casi un bien de primera necesidad y eso hace que las variaciones de ventas, tanto hacia arriba como hacia abajo, nunca sean muy pronunciadas", comenta.

Pese a ello, la evolución de 2020 no permite ser optimistas. "Hasta noviembre la caída acumulada de ventas en España es del 8% y confiábamos en

Cava, juguete y turrón se juegan entre el 50% y el 80% de su negocio anual en estas semanas

un repunte en ese mes, de cara a adelantar las compras de regalos navideños, que no se ha producido", señala Pastor. Aunque en los últimos años la tendencia era a más ventas de última hora, lo cierto es que este año el temor a nuevas restricciones en los comercios si no se rebajan los contagios puede ahogar ese tirón final. "Es complicado que se pueda remontar la caída acumulada de este año y hay demasiados factores que no dependen de nosotros", reconoce el presidente de la patronal de fabricantes. Hay previsiones mucho más pesimistas, como la de un informe de EAE Business School que cuantifica una caída de las ventas del 28%.

Para los fabricantes, la gran preocupación es que pueda ocurrir en el primer semestre del próximo año, sobre todo con una parte del comercio que ha vivido una auténtica pesadilla en 2020 y cuya continuidad puede verse en el aire.

En el caso de las exportaciones, las expectativas son mejores y se espera poder igualar o incluso mejorar ligeramente las cifras de 2019. "En el primer semestre el comercio internacional de juguete creció un 20%, aunque de forma muy distinta en los países que mantuvieron el comercio abierto a los que optaron por el cierre", asegura Pastor, que considera que precisamente el confinamiento originó "más necesidad de juguetes en muchos hogares al pasar los niños más tiempo en casa". Sin duda otra de las tendencias que se reforzó ha sido la compra online, que ya se cifra por encima del 20% del mer-



En la región se mantienen 90 fabricantes de juguetes.



Uva embolsada en la comarca alicantina del Vinalopó.



Cava de la bodega Pago de Tharsys, una de las que elabora este producto en Requena.

cado, y el crecimiento de los juegos de mesa y puzzles frente a otras categorías, como las muñecas, las tradicionales *reinas* del sector en España.

El dulce navideño por excelencia

A muy poca distancia del Valle del Juguete se ubica otra localidad alicantina cuyo nombre es sinónimo de Navidad: Jijona, la capital del turrón. Los productores de este dulce navideño por antonomasia se juegan cerca del 80% de su negocio en la campaña navideña, según explica José Manuel Sirvent, presidente de la Asociación de Fabricantes de Turrón,

Pese a la atípica Nochevieja para la uva del Vinalopó será un mejor año tras el desastre de la DANA

Derivados y Chocolates de la Comunidad Valenciana, que agrupa a 28 empresas principalmente de Alicante con una facturación superior a los mil millones de euros anuales.

"En términos de ventas, están siendo similares a las del año pasado", apunta Sirvent, también presidente de Confectionary Holding, fabricante de marcas como *1880*, *El Lobo* y *Doña Jimena*. "Precisamente por la tradición navideña el turrón es un producto muy estable", comenta Sirvent. Por eso y porque la mayoría se comercializa a través del canal de dis-

tribución alimentaria y se consume en el hogar no prevén grandes variaciones, aunque el hecho de que este año no se permitan las fiestas de Nochevieja incluso podría tener cierto efecto repunte del consumo en casa. "Sí que hemos notado un cierto cambio de hábitos en el consumidor, ahora se está escalonando más la compra, y también se percibe un incremento de las ventas en tiendas y supermercados de proximidad", señala.

Donde los turróneros sí han percibido los efectos de las restricciones impuestas por la pandemia ha sido en uno de los canales por los que apuestan para diversificar: el *travelretail* o ventas en aeropuertos y tiendas dirigidas a turistas, casi como souvenir. El desplome de los visitantes de otros países ha hecho desaparecer prácticamente ese canal, al igual que ha ocurrido con el mercado en ferias locales andaluzas donde es tradicional el consumo de estos dulces. Con todo, este segmento tiene una cuota poco significativa, mientras que en el caso de la exportación, que representa casi un 20% del negocio, "se ha ido recuperando a medida que ha avanzado el año". Según Sirvent, en los principales mercados de turrón español el consumo también está ligado a estas festividades, como los países latinoamericanos y el colectivo hispano de Estados Unidos.

La industria de los viñedos

A diferencia del turrón, la pandemia sí que afectará de lleno estas Navidades a otro sector ligado a la



Emilio Expósito
Presidente de la Asoc. de Productores de Cava de Requena

“ El año pasado embottellamos 9 millones de botellas, este año la bajada puede ser de alrededor del 30% ”



La industria turroneira de Jijona es un motor también de sectores como la almendra y el chocolate.

alimentación: el cava valenciano. La Asociación de Productores de Cava de Requena, que agrupa a siete bodegas de ese municipio que elaboran su espírituosos dentro de la Denominación de Origen Cava, verán como 2020 corta en seco varios años de fuerte crecimiento. "Contamos con dos tipos de bodegas, unas de más volumen que están más presentes en los lineales de alimentación y otras que dirigen la mayoría de su producción al canal de hostelería", explica el presidente de la asociación y de Dominio de la Vega, Emilio Expósito.

Los efectos de cierres y restricciones en el sector hostelero se han dejado notar en esas bodegas, pero también en la producción total. "El año pasado alcanzamos los 9 millones de botellas. Aunque es difícil de estimar, este año la bajada puede ser de alrededor del 30%", asegura Expósito, que resume la sensación agri dulce de los bodegueros. Si comparan con el resto del año están registrando más ventas, pero que si toman como referencia 2019 "no vamos a llegar ni de lejos". Antes de la irrupción del Covid-19 el objetivo para 2020 eran 10 millones de botellas.

Para el cava valenciano las ventas en noviembre y diciembre llegaron a suponer el 70% de todo el año. "Tras muchos esfuerzos por desestacionalizar, sobre todo con la exportación e intentando que el cava se consuma no solo en grandes celebraciones, ahora la parte final del año ha bajado al 50%, por lo que sigue siendo muy importante".

La situación del cava resume muy bien la de otros segmentos agroalimentarios que tienen también ese doble canal de ventas. Está claro que no siempre llueve a gusto de todos, como ha vivido en sus propias carnes otro de los grandes proveedores valencianos de la Nochevieja: los productores de uva embolsada del Vinalopó. En su caso, el año pésimo fue 2019, por las lluvias e inundaciones que provocó la DANA en el sur de Alicante y que destrozaron buena parte de su campaña, que se prolonga de finales de agosto a enero. "La campaña está siendo buena porque la anterior con la DANA fue muy mala. Pese al coronavirus hemos podido trabajar al ser una actividad esencial y nos ha beneficiado la climatología", explica Beatriz Rocamora, directora del Consejo Regulador de la DO Uva Embolsada del Vinalopó.

Precisamente los efectos de la DANA de 2019 y el conflicto de los agricultores por el seguro agrario, que es necesario para acogerse a ella, también han hecho que este año se inscribiera de inicio menos producción dentro de la DO, con 40 millones de kilos frente a los 45 millones inscritos un año antes. Pese al descenso en producción, la comercialización está yendo mucho mejor con precios más elevados. "Si el año pasado el valor de la producción inscrita estuvo cerca de los 17 millones de euros, este año con menos producción será mayor", señala la responsable del Consejo Regulador. Unos precios de los que tira el consumo en el hogar, que se mantendrá en estas fechas. "En nuestro caso no dependemos tanto del canal horeca", resume Rocamora.



José Antonio Pastor
Presidente de la
Asociación Española de
Fabricantes de Juguetes

“ El juguete confiaba en un repunte en noviembre para adelantar las compras de Navidad que al final no se ha producido”



José Manuel Sirvent
Presidente de la
asociación turroneira
TDC de la CV

“ En ventas la campaña está siendo similar al año anterior y el consumidor está escalando más las compras”

**Juan Bolós**

Director del Instituto Valenciano
para el Estudio de la Empresa Familiar (Ivefa)

Es el momento de apoyar a las empresas familiares, no de aumentar la presión fiscal

La pandemia de la Covid ha hecho que nuestras empresas vivan momentos complicados. A la crisis sanitaria, que todavía nos azota, se une la situación económica. Sin duda, muchas de las compañías familiares -que representan el 90% de nuestro tejido empresarial- están pasando por momentos críticos de viabilidad, especialmente en los sectores como hostelería o turismo, donde ha caído de forma importante la actividad. El resto de sectores, de una forma u otra, también cuentan con algún tipo de afección que hace que los dirigentes de empresas familiares estén pasando malos momentos. Cabe recordar que estas empresas son, en la mayoría de los casos, pequeñas, y no superan los 10 trabajadores.

Las empresas familiares necesitamos, ahora más que nunca el apoyo de las administraciones públicas. Sobre nuestras espaldas pesa el 85% del empleo existente en la Comunitat Valenciana. Y estamos dispuestos a mantenerlo. Pero para ello, no puede aumentar la presión fiscal. Porque afectaría de lleno a la viabilidad de la empresa familiar. Subir los impuestos en esta situación, ya sea el de Patrimonio, Sucesiones o cualquier otro, conllevaría el cierre de muchas de las empresas familiares, que luchan cada día por levantar la persiana, y por mantener los puestos de trabajo creados.

La situación de nuestras empresas está en clara desventaja con el resto de España. En el caso español, el impuesto sobre Sucesiones es un tributo estatal, pero cedido a las comunidades autónomas, que tienen una amplia competencia para modificar los tipos y fijar bonificaciones. De hecho, la Comunitat Valenciana es la tercera autonomía con un Impuesto de Sucesiones más alto, por detrás de Asturias y Castilla y León frente a Galicia, Cantabria y Andalucía, que tienen una cuota cero en este tributo.

Otras como la Comunidad de Madrid, lo tiene exento al 100%, lo que permite una mayor capacidad a empresas familiares de contratar y generar riqueza en su entorno. Respecto al impuesto de Patrimonio, los ciudadanos de Aragón, Extremadura y Cataluña son los que más pagan, mientras que en Madrid, y algunas provincias del País Vasco es de cero.

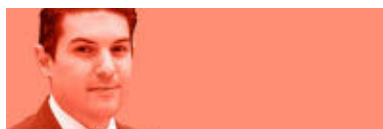


Pero también España, con el resto de Europa, está en desventaja: A pesar de que la mayor parte de países desarrollados contempla en su sistema fiscal algún tipo de figura para gravar las herencias, el impuesto sobre Sucesiones no se aplica o es residual (la recaudación del tributo no alcanza el 0,1% del PIB) en la mitad de los países de la UE.

En concreto, en 15 estados miembros la tendencia normativa europea es a la desaparición o, en el peor de los casos, a una aplicación residual.

Por lo que respecta al impuesto sobre la riqueza (Patrimonio y Sucesión), España es una excepción en la Unión Europea, ya que es el único país en el que aún se aplica, después de que Francia lo suprimiera a partir del 1 de enero del 2018, reemplazándolo por un gravamen sobre las viviendas con un valor superior a 1,3 millones de euros (excluye la fortuna no inmobiliaria). De hecho, muchos países nunca han tenido un tributo sobre el patrimonio (como Italia, Grecia, Portugal, la República Checa, Hungría o el Reino Unido), mientras que otros Estados lo han ido eliminando progresivamente en las últimas décadas.

En España, el impuesto de Patrimonio fue suprimido por el Gobierno en 2008. Cuando la crisis mostró su peor cara, el Ejecutivo tuvo que restablecerlo en el 2011. La idea era mantenerlo solo un par de años, pero no se cumplió.



■
Observamos una falta de incentivos para retener y atraer no sólo grandes patrimonios, también emprendedores y talentos
■

En este sentido, desde IVEFA pedimos a nuestros dirigentes políticos que se alineen con los valores de la empresa familiar y nos ayuden a su pervivencia: la empresa familiar es la que más empleo crea en España, y en la Comunitat Valenciana, y será la que lo siga haciendo al pasar todas estas circunstancias.

La empresa familiar genera riqueza y ayuda al desarrollo de las zonas donde se ubican: son los principales motores de las regiones o zonas donde las multinacionales no se instalan o no ven oportunidades.

La empresa familiar está comprometida con su entorno, y crea valor. Es la primera interesada en reactivar zonas económicas que de otra forma no se reactivarían y busca consolidar puestos de empleo.

Sin duda, la empresa familiar quiere contribuir a crear puestos de trabajo, a que los Erte no se conviertan en ERE y a que tras acabar esta pandemia, la actividad vuelva a la normalidad.

Por si fuera poco el tema de los impuestos, desde la patronal de empresa familiar, observamos una falta de incentivos de la Comunitat Valenciana para la retención y la atracción no sólo de grandes patrimonios, sino también de emprendedores y talentos que pueden mantener un patrimonio medio que ahora pasa a tributar de manera considerable. La Comunitat Valenciana tiene que mejorar para atraer y retener talento, y para ello, es imprescindible poner 'las cosas fáciles' a los emprendedores, y empresarios más jóvenes y arriesgados. Del mismo modo, este debe resultar una eficaz herramienta de política fiscal acorde con la realidad empresarial valenciana, formada principalmente por pequeñas y medianas empresas.

Dado que las fechas en las que nos encontramos invitan a pedir deseos, la carta de IVEFA va dirigida a nuestros gobernantes en representación de todas las empresas familiares valencianas. Nos gustaría que para el próximo año 2021 se refuerce el papel de nuestros empresarios y se incentive su esfuerzo, porque nuestras empresas son el motor que está permitiendo mantener la paz social y económica, aún arriesgando parte de patrimonio y recursos. Estamos seguros que las empresas familiares serán capaces de devolverles con creces ese apoyo creando más puestos de trabajo y aumentando la riqueza de nuestra Comunitat.



Laboratorio de análisis de Global Omnium en Paterna.

Global Omnium suma Estados Unidos como mercado internacional

El grupo de tecnología gestión del ciclo integral del agua ha creado una filial en Estados Unidos y ya tiene los primeros contratos para implantar el sistema de rastreo y detección del coronavirus en las aguas residuales que utiliza en Valencia y otras ciudades españolas desde hace meses

elEconomista. Fotos: eE

La pandemia que ha marcado el año 2020 paradójicamente ha permitido a uno de los grandes grupos empresariales valencianos, Global Omnium, abrir las puertas del mercado más desarrollado del mundo, Estados Unidos. Y le ha permitido hacerlo a través de un solución tecnológica diseñada y testada en Valencia precisamente para tratar de prevenir y acotar la expansión de los contagios por la pandemia.

El grupo de Aguas de Valenciana ha creado la filial GOAigua USA después del interés que ha despertado su herramienta y de los primeros contratos ligados a esa herramienta SARS GOAnalytics. La nueva filial ya ha abierto dos oficinas en Nueva York y Colorado, además de incorporar un amplio equipo de profesionales experimentados en ingeniería y de expertos desarrolladores en gestión de datos que trabajarán en ese país.



Jaime Barba, CEO de Idrica y Eugenio Calabuig, presidente de Goblal Omnium.

Según explica la propia compañía valenciana, ya se encuentra apoyando a ciudades clave en los estados de California, Texas e incluso en México, con su tecnología para la gestión del ciclo integral del agua. Además ya cuenta con los primeros contratos con la ciudad de Burlington y el Departamento de Salud de ese estado, Vermont. En esa primera ciudad Global Omnium ha implementado su método que adelanta en más de diez días respecto a los análisis convencionales la aparición de brotes al detectarse su presencia en aguas residuales.

Su herramienta de rastreo ya está siendo utilizada en la ciudad de Burlington, en Vermont

La operativa de trabajo consiste en llegar aguas arriba a través de colectores y alcantarillas hasta encontrar el foco de contagio. Esto permite además monitorizar y llegar hasta los propios edificios con lo que se pueden proteger colectivos más vulnerables.

En el caso de Burlington, se comenzó a trabajar a partir de un plan de muestreo acordado con las autoridades locales de Burlington y con el Departamento de Salud estatal. Según Brian Lowe, director de Innovación de Burlington, "después de un proceso competitivo, GoAigua fue seleccionada para imple-

mentar esta fase de su programa de epidemiología por su experiencia en agua, las aguas residuales y la analítica. Su plataforma centrada en los datos crea conocimientos procesables y en tiempo real que nos ayudarán a tomar decisiones informadas, para mantener a nuestros ciudadanos seguros durante este tiempo".

Para el responsable municipal, "SARS GOAnalytics está ayudando a la ciudad a lograr sus objetivos, a mantener abiertas las escuelas y universidades y proteger a los ciudadanos. Burlington está haciendo especial hincapié en la protección de los grupos de riesgo mediante una monitorización estrecha de las zonas clave, como las residencias para la tercera edad".

Acuerdos con universidades

Global Omnium ha llegado también a un acuerdo con la Universidad de Florida y la Universidad George Mason para monitorizar sus respectivos campus para prevenir la propagación y frenar la presencia de virus en sus instalaciones. Entre ambas, reúnen a miles de estudiantes, y se encuentran entre las más importantes de sus estados.

Global Omnium ha puesto en marcha recientemente un Laboratorio de Calidad de Aguas, Medio Ambiental y Medio Marino que multiplica su capacidad de análisis y centralizará todas las actuaciones realizadas por la compañía valenciana para localizar restos del virus en aguas de alcantarilla y residuales.

Experiencia de Qatar a Ecuador, con escala en Angola

A lo largo de su historia Aguas de Valencia y la actual Global Omnium han llevado su experiencia a varios continentes. Los primeros pasos internacionales se dieron en Hispanoamérica, con actuaciones en Venezuela o Costa Rica. Más recientemente el grupo llevó su actividad al Golfo Pérsico, con su participación en el diseño de las instalaciones para el aprovechamiento de la planta de aguas residuales del aeropuerto de Qatar.

En África el grupo asesoró para la puesta en marcha de la empresa pública de gestión del agua en la región de Malanje en Angola, además haber trabajado anteriormente en el proyecto de potabilidad para el abastecimiento de Akonibe en Guinea Ecuatorial.

La firma valenciana ha optado en los últimos años en ofrecer servicios, conocimiento y tecnología. Un giro en el que ha sido fundamental la creación de Idrica, la división centrada en tecnología y soluciones para el ciclo integral del agua de Global Omnium, que es la que desarrolla su red internacional. Idrica actualmente ya está presente en países como Colombia, Ecuador, Perú, México y Qatar.

**Elisa Pérez Izquierdo**

Directora de Precios de Transferencia en PwC Tax & Legal en Levante

¿Qué hacer con los precios de transferencia en tiempos de Covid?

Los precios de transferencia son aquellos que se acuerdan entre empresas de un grupo como contraprestación de diferentes operaciones -ya sean de venta de productos, servicios, cesiones de activos u operaciones financieras, entre otras-. Se trata de condiciones que impactan de forma directa sobre los niveles de beneficios que se declaran en cada uno de los países donde tiene presencia el grupo y, por tanto, sobre los impuestos pagados en cada jurisdicción. Los precios y las condiciones acordadas entre las entidades del mismo grupo pueden tener un impacto fiscal muy relevante ya que, a situaciones de pérdidas, de caída de ingresos y de beneficios hay que añadir la complejidad asociada a la justificación de los precios de transferencia.

El impacto del Covid-19 avanza y las obligaciones fiscales no se detienen. La crisis pandémica, que provocó una contracción de la oferta como consecuencia de la interrupción de la cadena de suministros, se ha convertido fundamentalmente en una crisis de demanda, con una incidencia significativa en la Comunidad Valenciana debido a la especialización productiva, el tamaño de nuestro tejido empresarial -formado principalmente por pymes- y el grado de apertura de nuestra economía.

Hablemos primero del contexto. La actividad económica global ha registrado un repunte intenso en el tercer trimestre de este año después de tocar fondo en el trimestre anterior, aunque esta recuperación queda lejos de los niveles previos a la pandemia. Mientras la contracción de la demanda está incidiendo en el sector industrial y, sobre todo, en el de servicios, algunas ramas como la agroalimentaria están manteniendo e incluso ampliando su actividad.

Hasta el segundo trimestre del 2020, el sector del metal en la Comunidad Valenciana sufrió una contracción interanual del 29,5% en su cifra de negocios, destacando la disminución del 32% en las exportaciones del sector del automóvil y sus componentes. Sin embargo, el sector químico no ha evidenciado de forma notable la crisis, siendo el descenso de su producción únicamente de 3 puntos y obteniendo cifras positivas para algunas actividades, como las relacionadas con abonos, fertilizantes y agroquímicos, por su relación con la agroalimentación. Tam-



bién se ven beneficiados los productos de limpieza, desinfectantes, productos sanitarios y los polímeros, por su relación con la fabricación de diferentes materiales relacionados con la lucha contra el Covid-19. Por su parte, el sector cerámico prevé cerrar el ejercicio con una caída de ventas del 10% respecto a 2019.

En este escenario, y vamos a las recomendaciones, las compañías que encontrándose a pocos días del cierre del año 2020 no hayan hecho balance sobre el impacto del Covid-19 en sus cuentas de resultados, deberán evaluar los impactos que la crisis sanitaria ha tenido sobre la evolución de sus negocios. Nos referimos en concreto y especialmente a los grupos empresariales con entidades en la Comunidad, ya sean matrices con presencia en el exterior o filiales de grupos multinacionales de matriz extranjera. Todos deben evaluar también cómo la crisis sanitaria ha impactado en las condiciones aplicadas en sus operaciones intragrupo, revisando en su caso las políticas de precios de transferencia.

Las compañías deben de asegurar que las condiciones acordadas en estas operaciones -operaciones vinculadas- obedecen a valores de mercado, demostrando que no se han aplicado condiciones distintas a las que se hubieran acordado con partes independientes, proceso ya de por sí complejo para las compañías que ahora debe tomar en consideración un factor más: el asociado al impacto de una crisis sanitaria sin precedentes en el que en muchos casos las compañías se están jugando la viabilidad de sus negocios.



Las compañías deben evaluar el impacto de la crisis en las condiciones aplicadas en sus operaciones intragrupo

Sucede que la justificación y correcta documentación de los aspectos de precios de transferencia será relevante para responder ante Hacienda sobre cuestiones fiscales relacionadas con las pérdidas generadas en las compañías por el cierre temporal de determinadas empresas industriales, caídas drásticas de demanda e incrementos de costes, entre otros.

Por ello, los grupos deben justificar quién debe asumir estas pérdidas, cómo tratar los costes extraordinarios, las caídas de demanda por mercados y los costes de sobreestructura. Llegados a este punto, debemos preguntarnos ¿Qué impacto tienen estos factores sobre las políticas de precios de transferencia? ¿Qué ajustes hacer sobre las mismas con la finalidad de adecuarlas a la situación actual?

Lo importante en estos casos es considerar si caben medidas extraordinarias de ajustes temporales a los precios de transferencia o compensaciones de costes (por ejemplo, compensación por subcapacidad, por reestructuraciones de personal, por gastos de marketing, etc.). Cabe replantearse si tiene sentido modificar los cargos por servicios de apoyo a la gestión o cesión de intangibles y revisar los precios aplicados en ventas de producto intragrupo.

Desafortunadamente, en muchos casos nos encontramos con situaciones de pérdidas agregadas en el grupo y en estos cabe replantearse cómo proceder a su distribución entre las diferentes compañías que participan en la operativa.

Todo ello sin olvidarnos de la financiación entre empresas del grupo ya que procede replantearse si la fijación de tipos de interés y los análisis de comparabilidad reflejan las nuevas condiciones de solvencia de las prestatarias, su capacidad de repago y las opciones reales disponibles para las entidades que participan en la financiación en cuestión.

Concluyendo. Los impactos de la Covid avanzan en distintas direcciones según sectores y las obligaciones de precios de transferencia para los contribuyentes no se detienen. Así, las compañías deberán contar con los análisis correspondientes para estar preparados ante eventuales cuestionamientos por parte de las autoridades fiscales y poder justificar las políticas de precios aplicadas documentándolas adecuadamente.

Fiscalidad

CEV presentará un recurso al impuesto de Patrimonio



El comité ejecutivo y la junta directiva de la patronal autonómica valenciana CEV han acordado pedir al Defensor del Pueblo que presente un recurso de inconstitucionalidad contra el impuesto del Patrimonio. Se trata de una medida similar a la que ya anunció la patronal catalana Foment del Treball.

Para la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV) que preside Salvador Navarro se trata de un impuesto "desfasado en el tiempo, único en su modo a nivel europeo, y confiscatorio en su efecto". La patronal valenciana ya había presentado este año un informe titulado "Propuestas para una fiscalidad más competitiva" en el que

abogaba por la eliminación de este impuesto para que el tributo nunca tenga el carácter de confiscatorio. Según los empresarios valencianos, la tarifa del impuesto en ocasiones es superior a la rentabilidad del propio activo, por lo que el tributo resulta confiscatorio y, por tanto, "de dudosa constitucionalidad".

Además, CEV se ha mostrada contraria a la subida del salario mínimo interprofesional y a una posible reducción de la jornada laboral a 32 horas. Para la patronal, no es momento de plantear un aumento del salario mínimo que afectaría a los sectores más castigados por la crisis económica pandemia.

Transporte

El Puerto de Valencia mantiene el tráfico de contenedores



A falta de los datos del mes de diciembre, la Autoridad Portuaria de Valencia espera mantener prácticamente intactas las cifras del tráfico de su principal mercancía, el contenedor. Así, entre enero y noviembre de este año se han manipulado 73,35 millones de toneladas de mercancías y 4.922.865 TEU (unidad estándar del contenedor de veinte pies, un 2% menos que en 2019, en ambos casos. Unas cifras que suponen recuperar parte de los tráficos perdidos en los últimos meses del año. De hecho, el fuerte ritmo de actividad en algunas terminales han originado problemas de tráfico en los accesos rodados de los camiones y retrasos.

Según la Autoridad Portuaria se acentúa la tendencia de los últimos meses, en que crecen los tráficos, se reduce el número de barcos y los que llegan son más grandes, realizan más movimientos por escala y ratifican la concentración de actividad operativa en cada vez menos puertos.

Además, en su último consejo del año, la Autoridad Portuaria aprobó su plan de empresa para los próximos cuatro años, que contempla inversiones por 822 millones de euros del organismo, la mitad para la terminal de la ampliación norte pendiente aún de su adjudicación a MSC.

Agua

Facsa logra contratos por 22,5 millones de euros en Girona



La compañía castellanense Facsa, perteneciente al Grupo Gimenoh ha logrado dos nuevos contratos en la provincia de Girona en los últimos meses que supondrán unos ingresos de 22,5 millones de euros en los próximos años. En ambos casos la empresa de agua castellanense ha concurrido con un socio local, Constructora Calaf.

El primero de ellos ha consistido en la adjudicación por parte del Consorci d'Aigües Costa Brava Girona del servicio de explotación, conservación y mantenimiento del sistema de abastecimiento de agua en alta de esa zona, que abarca 47 municipios de la

provincia. El contrato en principio por dos años contempla un importe de 4,09 millones y las instalaciones pasarán a estar automatizadas y monitorizadas 24 horas por un equipo especializado de Facsa.

A él se ha sumado un segundo contrato con el mismo Consorcio de la Costa Brava, en este caso para la gestión de los sistemas de saneamiento y aguas residuales en dos zonas del Empordà. El organismo aprobó adjudicarlo a la UTE con Calaf un contrato valorado en 18,5 millones de euros sin IVA que tendrá una duración mínima de tres años.

Fondos europeos

AVE reclama “unidad política y social” para lograr proyectos



La vicepresidenta de la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE) y consejera delegada de Libertas 7, Agnès Noguera, realizó un llamamiento tanto a empresas como a partidos políticos para conseguir los fondos de recuperación de la Unión Europea. Noguera reivindicó “la unidad política y social para aprovechar al máximo esta oportunidad histórica de impulsar el desarrollo socioeconómico de la Comunitat Valenciana y, con ella, del conjunto de España, con una visión estratégica colectiva y el impulso catalizador de esos fondos europeos”.

Noguera participó en la jornada “Recuperación, fondos europeos y Comunitat Valenciana”, organizada

por la Fundación Valenciana de Estudios Avanzados (FVEA) con AVE, en la que analizó la oportunidad que representan los fondos europeos para España, y en particular para la Comunitat Valenciana. El director general de Coordinación de la Acción del Gobierno de la Generalitat Valenciana, Juan Ángel Poyatos, una de las personas claves en la Estrategia Valenciana para la Recuperación planteada por el propio presidente Ximo Puig, fue el encargado de presentar las grandes líneas del plan. Poyatos reconoció que la colaboración público privada no había tenido muchos casos de éxito hasta ahora y por ello consideró necesarios los cambios legales anunciados para flexibilizar la licitación de estos proyectos.

Emprendedores

Telefónica impulsa 19 ‘startups’ desde Alicante con Open Future



Open Future, la iniciativa que Telefónica puso en marcha en 2014 como estrategia de innovación abierta regional, ha apoyado este año a 19 *startups* en la Comunidad Valenciana, que han creado 89 puestos de trabajo cualificado, 39 empleos ocupados por mujeres y 50 por hombres. Según el operador de telecomunicaciones, con un modelo de innovación abierta en colaboración con el sector público privado Open Future está contribuyendo al impulso económico regional y a la descentralización del emprendimiento en España.

En la Comunidad Valenciana, la iniciativa tiene su

sede en el *hub* El Ático de Open Future, en la última planta del emblemático edificio alicantino San Fernando 40. El Ático se centra en dos verticales estratégicos, *Gaming* e Industria 4.0, para apoyar a los jóvenes de la Universidad de Alicante y el impulso a la transformación de la economía productiva de la provincia de Alicante. “Somos el centro neurálgico de generación de innovación abierta de la provincia de Alicante y facilitamos el emprendimiento tecnológico, así como la aceleración de proyectos dinamizadores de la economía productiva de la Comunidad Valenciana”, ha señalado Miguel Ángel Fernández, responsable de Open Future en la región.

Construcción

Custodio Monfort, reelegido presidente de Arival



El empresario Custodio Monfort ha sido reelegido presidente de la Asociación de Empresas de Áridos de la Comunitat Valenciana (Arival), durante la celebración de la asamblea anual de esta patronal. Monfort ocupa este cargo desde diciembre de 2016.

Monfort ha recordado la importancia que tiene esta actividad como industria clave proveedora de obra pública y construcción para la recuperación económica durante y postpandemia, y ha reivindicado la necesidad urgente de disponer de los proyectos y licitaciones públicas suficientes para cubrir las ayudas recibidas por la Unión Europea. “Necesitamos

la eliminación de trabas y simplificación de procedimientos administrativos. Exigimos el apoyo del Gobierno valenciano para iniciar una regularización rápida y eficaz tanto urbanística como ambiental de las explotaciones mineras existentes”, defendió Monfort en la asamblea.

Las empresas asociadas a Arival facturan alrededor de 90 millones de euros y emplean de forma directa a 4.000 personas en la Comunitat Valenciana. Según los datos recabados entre sus asociados por Arival, la pandemia ha significado una caída de la actividad del 20%.



Consum abre 50 centros entre propios y franquicias en 2020

La cooperativa ha superado con creces el objetivo de incorporaciones de franquicias. Casi la mitad de aperturas propias se han concentrado en Castilla-La Mancha

elEconomista

La última tienda propia abierta por la cooperativa en Castellón. eE

Los supermercados y tiendas de Consum no han parado su actividad en ningún momento del año. Y a pesar de las dificultades, la cooperativa valenciana de distribución tampoco ha frenado los planes de crecimiento de su red física. Consum ha abierto 9 supermercados propios en este 2020 y 41 tiendas franquiciadas bajo su enseña Charter.

En el caso de sus centros propios, buena parte de su expansión se ha centrado en Castilla-La Mancha, donde se han instalado cuatro de estas nuevas tiendas. Especialmente significativa fue la primera apertura del año, que supuso la entrada de la cadena valenciana en la provincia de Ciudad Real. Consum inauguró su primer establecimiento allí en la localidad de Pedro Muñoz, en pleno mes de marzo. Esa no ha sido su única operación en esa provincia, ya que hace unas semanas estrenaba un 'súper' en Bolaños de Calatrava, con más de 1.300 metros cuadrados de superficie.

A ellos se sumaron otros dos centros este año en Mota del Cuervo (Cuenca) y Albacete, con los que pasa a contar con 16 establecimientos propios en esa comunidad autónoma.

El resto de las aperturas de sus grandes supermercados, con la única excepción de un centro en Burjassot, se han desarrollado al norte de la sede de la cooperativa en Silla. Así, la cadena sumó un nuevo centro en Onda y el último en estrenarse se ubica en Castellón Capital. En Cataluña también ha abierto sus puertas un nuevo punto de venta en Santa Coloma de Gramenet (Barcelona) y en Almacelles (Lleida). Todos estos nuevos establecimientos siguen el modelo de tienda ecoeficiente desarrollado por la cooperativa, que reducen hasta un 40% el consumo de energía.

Pero donde el crecimiento en puntos de venta ha sido más significativo es en el caso de las tiendas franquiciadas bajo la marca Charter. La cooperati-

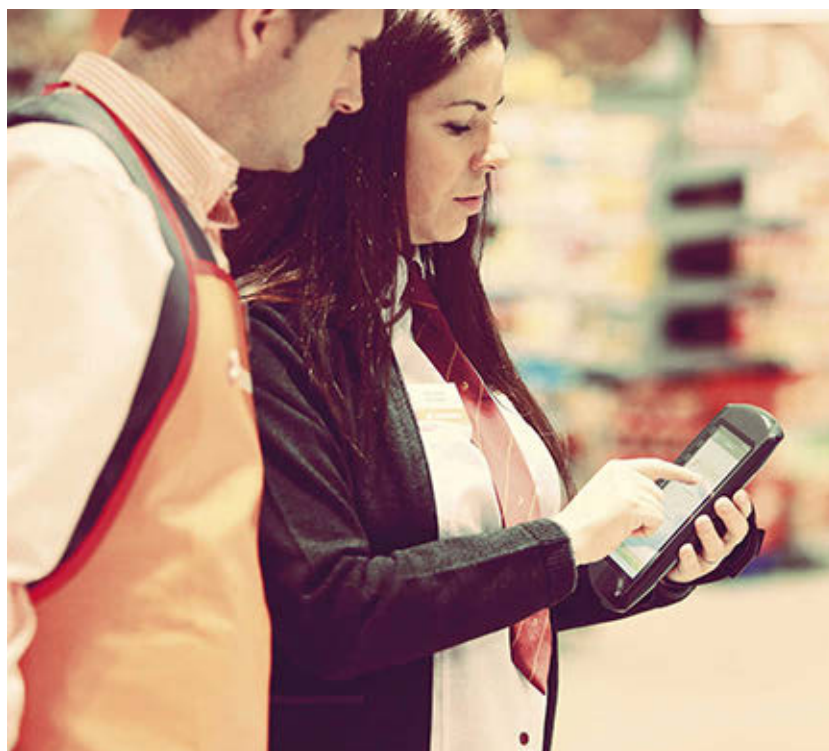
va valenciana se había marcado como objetivo inicial incorporar 29 locales bajo esta fórmula. Pese a la pandemia, ha superado ampliamente esa previsión, con la suma de 41 aperturas de franquicias durante este año atípico. Su segunda marca roza de esta forma las 160 tiendas en la Comunidad Valenciana y el centenar en Cataluña. En Castilla-La Mancha suma 42 centros, en la Región de Murcia cuenta 17 y en Andalucía tiene 7 locales.

Consum ha apostado por implantar medidas de control del aforo para garantizar la seguridad de consumidores y trabajadores. Por ejemplo, ha implantado en sus supermercados un sistema digital con el objetivo de evitar aglomeraciones y garantizar la distancia entre clientes. Se trata de una herramienta que, mediante la instalación de sensores en todos los accesos de la tienda, regula el flujo de clientes a través de unas pantallas con un semáforo en rojo o verde en las entradas.

Ampliación también 'online'

La extensión de la actividad este año no se ha articulado únicamente con aperturas físicas. Consum continúa ampliando su servicio de tienda *online* a más poblaciones de las provincias de Valencia y Barcelona. Concretamente, acaba de llevar ese canal de venta por primera vez a la comarca valenciana de La Costera, de forma que está disponible en las localidades de Xàtiva, la Llosa de Ranes y Llocnou d'en Fenollet. También cuentan con compra *online* cinco poblaciones más de La Ribera Alta como Montroy, Real de Montroy, Castelló, La Pobla Llarga y Rafelguaraf.

Además, ha ampliado en Cataluña el servicio hasta la localidad de Cànoves, en el Vallès Oriental de Barcelona. En total, la tienda *online* de Consum ya está disponible en más de 150 poblaciones de València,



Trabajadores de Consum en una de sus tiendas. eE

Alicante, Castellón, Barcelona, Tarragona y Almería.

Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo español con más de 3,4 millones de socios-clientes y 16.031 trabajadores. La firma de distribución aglutina más de 755 supermercados, entre propios y franquiciados, distribuidos por Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. En 2019 el grupo facturó 2.935 millones de euros, un 7,4% más, y obtuvo un beneficio de 54,6 millones de euros.



Las secciones de producto fresco son una de las apuestas de la cooperativa. Guillermo Lucas



Trabajadores del grupo sanitario Ribera en uno de sus hospitales.

Ribera reduce las listas de espera en sus hospitales en el año del Covid

Los hospitales de Torrevieja y Vinalopó vuelven a ser los centros de la red pública de la Conselleria de Sanidad con menor tiempo de espera para una intervención quirúrgica. Los dos centros incluso recortan los plazos que tenían antes de que se declarase la pandemia a principios de año

elEconomista. Fotos: eE

Los dos hospitales públicos que gestiona bajo la fórmula de concesión privada el grupo Ribera Salud han vuelto a ser los primeros con menos lista de espera para intervenciones quirúrgicas de toda la red pública valenciana. El Hospital Universitario de Torrevieja suma una demora media para una intervención quirúrgica de 32 días, una cifra cuatro veces inferior a la media, situada en 120 días, según los datos hechos públicos por la

propia Conselleria de Sanidad. Además, el Hospital Universitario del Vinalopó, también gestionado por Ribera, vuelve a situarse como el segundo departamento de salud de la Comunidad Valenciana con menos demora media quirúrgica, con una media de 38 días. Además, la empresa ha conseguido reducir los tiempos de espera de los pacientes para ser intervenidos respecto a principios de año, antes de que se declarase la pandemia por el coronavi-

rus. En concreto, el pasado mes de enero en 39 días, mientras que en el de Vinalopó se situaba en 43 días. En el caso del conjunto del sistema público valenciano, en enero la lista media de espera era sensiblemente inferior, de 89 días, un mes menos que en noviembre.

Los datos de los dos hospitales de Alicante contrastan con los de otros centros de Sanidad hasta octubre, como los 198 días del Hospital de Vinarós, el Hospital Provincial de Castellón, con 196 días; La Fe 147, el Hospital General de València 172, el departamento de Castelló con 162. Por debajo de la media se encuentra también el Hospital de Denia, controlado por DKV y en el que también participa Ribera, con 93 días de media. En el caso del Hospital de La Ribera, que volvió a la gestión pública directa hace dos años, ha pasado de 57 días en marzo de 2018 bajo la gestión de Ribera a 105 días en el último balance de Sanidad, duplicando el tiempo de la lista de espera que dejó el grupo Ribera. Precisamente esta evolución es uno de los argumentos que la concesionaria defiende para mantener el servicio en Torrevieja, que la Conselleria de Sanidad ha anunciado que no prolongará una vez venza el actual contrato el próximo año.

En el Hospital Universitario de Torrevieja, la espera por especialidades se sitúa en 4 días en cirugía general y digestiva, 20 días para cirugía maxilofacial, 43 días para cirugía ortopédica y traumatológica y 46 días para cirugía plástica, 20 días para cirugía vascular, entre otras. En el del Vinalopó, la espera media es de 40 días en cirugía general, 27 días para cirugía maxilofacial, 32 días para traumatología, 28 días para cirugía plástica, 8 días para cirugía torácica, 30 días para vascular, 24 días para dermatología, 23 días para ginecología, 38 días de espera para oftalmología, 24 días para otorrinolaringología.

Nueva marca

El grupo empresarial propiedad de la aseguradora norteamericana Centene precisamente ha decidido acometer un cambio de imagen acorde a su



Elisa Tarazona, CEO de Ribera.

nueva estrategia, en que ha decidido ampliar su espectro de actividad en el ámbito sanitario más allá de las concesiones sanitarias con las que nació. "Después de 20 años gestionando proyectos sanitarios, con el foco en el modelo público privado, el grupo está en una fase de diversificación e internacionalización que requería de un cambio en la imagen interna y externa que proyectamos, más acorde con la nueva realidad de la organización", explican desde la firma.

La empresa ha modernizado su logotipo y mantiene Ribera como marca, pese a que desde hace dos años no gestiona el Hospital de la Ribera de Alzira, que dio nombre al modelo concesional valenciano. Una marca que considera que se identifica con sus valores de una salud responsables, aunque ha eliminado la palabra Salud de su denominación.



**Antonio Ballester Sánchez**

Socio director Tomarial Abogados y Asesores Tributarios

El inexplicable recorte a los planes de pensiones individuales

El Proyecto de Presupuestos Generales del Estado para 2021 presentado por el Gobierno contempla una reducción sustancial del incentivo fiscal que, en el ámbito del IRPF, se viene aplicando a las aportaciones que efectúan los contribuyentes a sus planes de pensiones individuales. Disminuye el actual límite de aportaciones que pueden minorar la base imponible del IRPF del contribuyente, de 8.000 a 2.000 euros. Adicionalmente también se reduce el límite de la aportación anual al plan de pensiones del cónyuge, que baja de 2.500 a 1.000 euros. Afortunadamente, las reducciones en la base imponible de las aportaciones a sistemas de previsión social constituidos a favor de personas con discapacidad (10.000 euros anuales) o efectuadas por las propias personas con discapacidad (24.250 euros) no se han visto disminuidas.

¿Cuál es la justificación de esta medida? A tenor de lo expresado en la exposición de motivos de la norma, se trata de "hacer compatible un crecimiento económico equilibrado y un aumento de los ingresos tributarios que permita el fortalecimiento del Estado del bienestar y reduzca desigualdades". Dicha medida ha sorprendido a contribuyentes ahorradores, a las compañías financieras y aseguradoras, por supuesto a las patronales de la previsión social complementaria (Inverco y Unespa) y al sector empresarial en general, que la han calificado de precipitada, errónea y meramente recaudatoria. El Gobierno trata de justificarse alegando que mantiene y potencia el incentivo fiscal para los planes de pensiones colectivos o de empresa, permitiendo una reducción de sus aportaciones de hasta 8.000 euros -que, unidas al máximo de 2.000 euros por la modalidad de los individuales, posibilitaría desgravar hasta 10.000 euros anuales- y, además, anuncia la creación de un fondo público de pensiones.

Sin embargo, esta justificación adolece de grandes lagunas. Los planes colectivos o de empresa están poco desarrollados en España. Apenas suponen el 3% del PIB y solo uno de cada seis trabajadores es partícipe de un plan colectivo. Pensemos en el gran número de pymes en España donde el ahorro colectivo apenas está presente. Además, se estima que el fondo de pensiones de



promoción pública tardará al menos cinco años en dinamizarse, lo que supone un plazo excesivamente largo durante el cual se va a ver disminuido el ahorro previsional y la factura fiscal de los aportantes. Seis de cada diez trabajadores se van a ver penalizados durante este periodo. Pero, además, hay un colectivo que aparece claramente desfavorecido con esta medida y es el de los autónomos, que carecen de la posibilidad de integrarse en un plan de pensiones colectivo o de empresa.

En resumen: más de 7,5 millones de partícipes en planes de pensiones individuales y casi 1 millón de asegurados en planes de previsión asegurados (PPA) van a verse afectados por la medida a partir de 2021. Por supuesto, también van a quedar discriminados los 3,2 millones de contribuyentes adscritos al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA): el 41% de autónomos cuenta con un plan de pensiones individual. En definitiva, va a haber menos ahorro previsional y más pago de impuestos todos los años para estos contribuyentes.

Hoy en día nadie cuestiona la conveniencia y necesidad de promover e impulsar sistemas de previsión y ahorro complementarios a la pensión pública. De acuerdo con la última encuesta del Instituto BBVA Pensiones, realizada entre jóvenes de entre 21 y 42 años, la mitad de ellos no confía en recibir una pensión de jubilación y dos tercios consideran que deben ahorrar para complementar su futura pensión de jubilación. En 2035 se estima que una de cada cuatro personas tendrá más de 65 años.



Los planes de pensiones individuales se han consolidado como un mecanismo eficaz para canalizar ahorro privado

El último informe de la Autoridad Fiscal (AIREF) calificaba el incentivo fiscal a los planes de pensiones individuales de regresivo al considerar que éstos no cumplen con el objetivo de generar ahorro a largo plazo para la jubilación y el beneficio fiscal se concentra en las rentas altas debido a su mayor tenencia de activos financieros y su mayor capacidad de ahorro a largo plazo. En réplica de esta afirmación debemos recordar: a) el límite máximo reducible, el menor del 30% de la suma de los rendimientos netos del trabajo y actividades económicas o bien 8.000 euros, atempera considerablemente la supuesta regresividad y b) la reducción de la base imponible del IRPF en el ejercicio de la aportación no significa un ahorro fiscal definitivo para el aportante, sino un mero diferimiento, por cuanto en el año de rescate del plan de pensiones el beneficiario va a tributar lo que perciba del Plan de Pensiones como rendimiento del trabajo en el IRPF, sea cualquiera la forma de percepción -capital, renta financiera, renta vitalicia, libre disposición o forma mixta-.

Según los datos del 2018 dos millones y medio de declarantes en el IRPF se acogieron a este incentivo, generando un gasto fiscal o menor recaudación por 1.643 millones de euros. Eso supone una menor cuota o ahorro promedio de 657 euros por contribuyente. Sin embargo, el ahorro para las arcas públicas en el 2022 con la medida propuesta se estima tan solo en 580 millones de euros.

En conclusión y en nuestra opinión, no nos parece desacertado el promover los planes de pensiones colectivos o de empresa o la creación de un gran plan de pensiones público, pero ello no debería ser en demérito o contrapartida de los planes de pensiones individuales, que se han consolidado como un mecanismo eficaz para canalizar un importante volumen de ahorro privado y que permite complementar unas pensiones públicas cada vez más exiguas. Además, es un denominador común en las economías más desarrolladas de nuestro entorno.

Por último, una reflexión o consejo al hilo del nuevo escenario: sería posible plantear o proponer en el marco de una relación laboral por parte de un empleado a su empresa que una parte de su salario fuera destinado a un plan de pensiones colectivo o de la empresa, designándole a él como beneficiario. Ello permitiría el seguir aprovechando el incentivo fiscal al ahorro, si bien en este caso bajo el ámbito de la empresa.



Jorge Soriano y Jaume Sola, fundadores de Criptan.

Criptan lanza una tarjeta Visa y una pasarela de pago para 'bitcoin'

La firma valenciana que ha movido 9 millones de euros en su plataforma de criptomonedas en su primer año ya tiene un acuerdo para ofrecer su servicio de cobro 'online' a 1.800 hoteles y prevé sumar más empresas a su herramienta que permite el cobro en criptomonedas e ingresarlo directamente en euros

Á.C.Álvarez. Fotos: eE

El fenómeno del bitcoin y su elevada cotización ha disparado el interés por las criptomonedas, pero sigue siendo un sistema vedado para la inmensa mayoría. El arquitecto Jorge Soriano decidió crear junto a Jaume Sola una plataforma para facilitar el acceso a estas monedas virtuales a cualquier usuario. En 2018 nació la empresa Criptan, que en diciembre del año pasado lanzó al mercado su plataforma.

"Hicimos una plataforma muy sencilla para comprar, vender, enviar y guardar, que es un tema importante porque si pierdes tus claves pierdes tu dinero y eso es una barrera para muchas personas que desconfían de lo tecnológico", explica el propio Soriano. Desde enero el uso de esa plataforma no ha dejado de crecer y prevé cerrar 2020 con casi 9 millones de euros que se han movido a través de la plataforma.

“Ofrecemos solo tres criptomonedas, porque si a la inmensa mayoría le cuesta entender su funcionamiento, si abarcamos un catálogo más amplio al final los confundiríamos”, comenta Soriano. Eso sí, el bitcoin es la auténtica estrella. “El 80% es bitcoin, es sin duda la que empuja el mercado y la que genera más interés”.

Según el fundador de Cripta, en su plataforma hay “usuarios jóvenes, nativos digitales que se mueven muy fácil en criptomonedas, pero también personas de más edad con conocimientos de economía que quieren diversificar y gente mayor que entran en bitcoin como reserva de valor”.

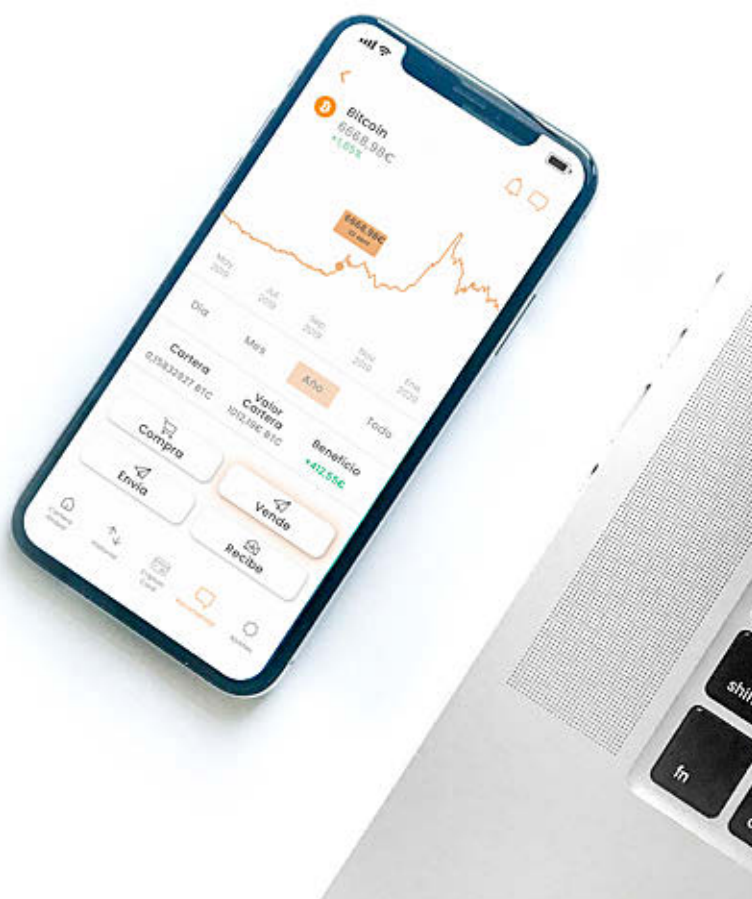
La plataforma es solo la primera de las herramientas para poder operar con criptomonedas que está desarrollando esta *startup* valenciana. “Estamos lanzando una tarjeta Visa para poder pagar con criptomonedas en cualquier lugar o sacar dinero en un cajero, porque era una de las cosas que muchos nos preguntaban, como podían gastar sus criptomonedas. Eso acerca a la gente que no entiende todo lo que hay detrás de la tecnología, pero que ve que puede utilizarla de una forma que conoce”, explica. Para ello ya tienen un acuerdo con Visa, con la que operan en euros, además de cumplir con la nor-

La ‘startup’ ultima una ronda de medio millón y prevé mover en su plataforma 40 millones en 2021

mativa europea existente en el campo de las criptomonedas y en otros financieros, como el de prevención del blanqueo de capitales.

Otro de sus desarrollos es una pasarela de pagos denominada CriptanPay. “Es similar al botón de pago de Paypal a la hora de pagar en un comercio *online*, y permite a las empresas poder realizar ventas en criptomonedas, pero ingresar el dinero directamente en euros”, explica Soriano. Ahora están trabajando para aumentar la masa crítica de empresas que la utilizan para poder generalizar las criptomonedas como método de pago.

Cripta acaba de firmar un acuerdo con la compañía de servicios y productos para hoteles Mirai por el que será el primer motor de reservas nacional que podrá recibir pagos en criptomonedas. Con ese acuerdo, las cadenas hoteleras clientes de Mirai, como Senator, Valentin Hotels, Room Mate Hotels, hoteles Siliken u Only You Hotels, entre otras, podrán ofrecer a sus clientes este nuevo procesador



‘App’ con la plataforma de Criptan.

de pago. Mirai ofrece sus servicios a cerca de 1.800 hoteles. “Estamos buscando con grandes empresas para que se popularice y se pierda la desconfianza. Es lo que ocurre cuando Just Eat por ejemplo ha empezado a permitir los pagos en bitcoin en toda Francia o cuando PayPal también anuncia que va a empezar a utilizar criptomonedas en Estados Unidos en 2021”.

Soriano reconoce que el bitcoin “es volátil, por eso es importante que quien entra tenga claro los fundamentos y no lo haga por especulación”. Pese a ello considera que “el crecimiento de las criptomonedas acaba de empezar. Más allá del precio lo que nos interesa es que cada vez más empresas están entrando y utilizando bitcoin como moneda”. El objetivo de Criptan, que está cerrando una ronda de financiación de medio millón, es tener un volumen de 40 millones el año que viene y unos 25.000 usuarios.



DANIEL MAYO

Fundador y CEO de Vivood



El arquitecto que convirtió sus casas sostenibles en un hotel en plena naturaleza

Daniel Mayo fue uno de los primeros 15 emprendedores seleccionados por la aceleradora Lanzadera, del presidente de Mercadona Juan Roig, para su primer programa de aceleración en 2013. Ahora acaba de recomprar el 40% de Vivood al propio Roig para hacerse con el 80% y desarrollar su crecimiento

Por Á.C.Á. Foto: Pepe Olivares

Cuando aún se encontraba en plenos estudios de arquitectura hace poco más de una década Daniel Mayo decidió presentarse a un concurso para diseñar una casa de madera desmontable y sostenible. Con aquellos planos ganó el concurso y desde entonces se puso manos a la obra para convertir en realidad ese proyecto, pero cada vez con mayores dimensiones.

Con una maqueta de esos habitáculos prefabricados y sostenibles se presentó en 2013 a la convocatoria del primer programa de aceleración de Lanzadera, la incubadora que Juan Roig acababa de poner en marcha en Valencia. Sin embargo, ya no se trataba solo de levantar casas sostenibles, su proyecto era aprovechar esa experiencia para crear alojamientos turísticos en plena naturaleza, capaces de conciliar la sostenibilidad con el medio natural con las máximas comodidades y servicios. Fue así como nació Vivood, que además un año después se convertiría también en una de las primeras *startups* de Lanzadera en las que el propio presidente de Mercadona invertía, a través de su sociedad Angels.

Con esos fondos se hizo realidad el primer hotel de Vivood, situado precisamente en la Comunidad Valenciana, en el municipio de Benimantell en pleno valle de Guadalest en el interior de Alicante. Un complejo con 25 suites independientes y construidas con habitáculos prefabricados a partir de la experiencia que el propio Mayo había ido mejorando a partir de aquel concurso inicial. El primer hotel de Vivood supuso una inversión de 1,6 millones de euros y el primer año abierto alcanzó una ocupación cercana al 80%.

Pese a la llegada de la pandemia este año y su efecto demoledor en el turismo, el emprendedor ha podido afrontar la compra de un 40% de la participación que tenía Angels en su sociedad por 3,5 millones de euros. Una operación con la que alcanza el 80% del capital y retoma el control accionarial. Por su parte, la firma de inversión de Roig recupera la inversión que había inyectado en estos años en la empresa y aún continua como socio, al mantener un 20%.

La joven empresa cerró con una facturación de 3,1 millones de euros en 2019 y un beneficio bruto de explotación de 900.000 euros. Este año, tras el parón obligado en el primer semestre, a principios de verano el hotel recuperó al 100% de su plantilla y ha aumentado el número de trabajadores, pasando de 47 a 63 empleados respecto al año anterior.

Tras la consolidación de su proyecto en Guadalest y asumir la mayoría accionarial, ahora Mayo tiene el reto de desarrollar la expansión de su modelo. Inicialmente el plan era abrir otros tres establecimientos similares en España, aunque ahora las expectativas del sector turístico son muy distintas.