Revista mensual | 28 de mayo de 2021 | Nº68

Comunitat Valenciana

elEconomista.es 15 Años

"VAMOS A IMPLANTAR LA VENTA 'ONLINE' ESTE AÑO CUESTE LO QUE CUESTE"

El director general de Masymas, José Juan Fornés, analiza el mercado postpandemia

A FONDO

LAS EMPRESAS Y SECTORES QUE CREAN EMPLEO EN LA REGIÓN

Comunitat Valenciana
elEconomista.es

Entrevista | P10

"Si te focalizas sólo en el precio estás muerto"

El director general de Masymas asegura que tras rehacer su proyecto para saltar al canal 'online' la firma no puede permitirse no empezar a ofrecerlo este mismo año.

A fondo | P6

Empresas que crean empleo pese a la crisis del Covid

Una quincena de compañías de sectores como tecnología, distribución, logística o la industria generarán cerca de 5.500 puestos.

Política | P14

La polémica receta de una firma pública para las concesiones sanitarias

La Conselleria de Sanidad quiere crear por decreto una sociedad pública para resolver la encrucijada que supone asumir el personal de las empresas privadas.

Antetitulo | P24

La Comunitat Valenciana, por debajo de la media en atraer y retener talento

Un informe de la Fundación Cotec y el Ivie desvela las debilidades de la autonomía a la hora de intentar captar talento frente a Madrid, Navarra o País Vasco.

Campo | P18

La agricultura ecológica florece y genera más de 600 millones de euros

En cuatro años el sector ha duplicado su volumen de negocio y supone el 17,9% de la superficie agraria útil de la región.

Inmobiliario | P34

Libertas 7 cumple 75 años tras levantar 7.300 viviendas

Es el buque insignia de una saga empresarial de los Noguer que pasó de los abonos y el jabón, al Banco de Valencia y Port Saplaya.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
Presidente Editor: Gregorio Peña.
Director General Comercial: Juan Ramón Rodríguez. **Director de Comunicación:** Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo **Director de elEconomista Comunitat Valenciana:** Ángel C. Álvarez
Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega

La Sanidad merece soluciones más allá de los pulsos y lemas políticos

La pandemia del coronavirus ha puesto de relieve como algo tan básico y que se da por hecho como la salud puede poner patas arriba a la sociedad y a la economía. Y también ha servido para retomar de nuevo la confrontación entre los partidos políticos, sobre todo de izquierdas, para abanderar la defensa de la Sanidad pública. Un ruido que vuelve a dejar en el fondo los problemas estructurales que arrastra el sistema público y que también el coronavirus ha vuelto a hacer evidente.

Una situación que los planes de la Conselleria de Sanidad para crear a toda prisa una empresa pública que asuma las concesiones privadas en distintas actividades sanitarias ha vuelto a dejar al descubierto. No sólo eso, si no que el proyecto de Ana Barceló amenaza con abrir un nuevo frente de discrepancia con los socios del Botànic de Compromís y Podemos en el que era hasta ahora uno de sus pilares inamovibles de su pacto de gobierno: volver a recuperar la gestión de esas concesiones bajo el lema de recuperar la Sanidad pública privatizada por el Partido Popular.

> El gasto sanitario supone el 30% del presupuesto valenciano: defender la Sanidad Pública también es asegurar su viabilidad

Ya antes de la emergencia sanitaria, la principal partida de la Administración autonómica valenciana era la sanitaria, con cerca de 6.700 millones de euros y cerca del 30% del presupuesto total año tras año. Un volumen que lógicamente ha engordado por los efectos del coronavirus. Eso y el carácter esencial de este servicio hace que tenga que ser prioritario buscar de forma continua fórmulas que mejoren y aporten eficiencia al mantenimiento de un sistema que con su imparable crecimiento año tras año corre el riesgo de convertirse en inasumible. Salvar a la Sanidad Pública también pasa por plantearse unas reformas ante un sistema que con la pandemia ha mostrado serias debilidades.

Por ejemplo, muchos ciudadanos han descubierto ahora la alta temporalidad del sistema sanitario público. Igual que muchos se sorprenden al conocer que a esos héroes durante la pandemia ahora se les comunica su despido o la no renovación del contrato mediante un mensaje masivo. La nueva empresa pública anunciada ahora transmite la imagen de un nuevo intento de solucionar con una tirita provisional una enfermedad crónica. Y a diferencia del coronavirus, en que se puede esgrimir que nadie estaba avisado ni preparado, en este caso el Botànic ha tenido seis años para planificarlo porque los propios socios del Gobierno pusieron blanco sobre negro en su pacto lo que iba a suceder.

Fuera de la apelación política al frentismo, también hay ejemplos de que es posible encontrar fórmulas de colaboración. Un ejemplo es el acuerdo para que unas 20 grandes empresas con personal médico propio puedan vacunar a partir del 8 de junio a sus plantillas y acelerar la que todos coinciden en que es la solución al mayor problema existente ahora sobre la mesa.

EE

El renacimiento de la industria turística arranca en Fitur

La primera gran feria presencial en España tras la pandemia, Fitur, volvió por sus fueros en Ifema. Más allá del escaparate al que acudió el propio presidente Ximo Puig, en la imagen, la feria de turismo debe marcar el inicio de una campaña en que si bien aún se estará lejos de las cifras récord debe marcar el inicio de la recuperación de un sector que aporta el 15% del PIB autonómico.

ribera lab

¿Estás pensando en organizar un evento seguro? Con Ribera Lab es posible

¡Escanea este código QR y conócenos!

Contáctanos en info@riberasalud.es

#SaludResponsable

riberasalud.com

Las empresas y los sectores que tiran del empleo regional

Las compañías tecnológicas, las firmas de distribución de alimentación y logística, además de un puñado de industrias, han sido capaces de seguir creando trabajo a contracorriente

Á. C.Álvarez.

Los perfiles tecnológicos son los más demandados. iStock

La crisis del coronavirus ha tenido un fuerte impacto en la economía valenciana y eso también se ha traducido al empleo. La cifra de desempleados al cierre del primer trimestre de año se situó en 394.300 personas, 45.600 personas más que en el mismo periodo del año anterior. Es decir, en el último año desde que estallase la pandemia el número de parados se incrementó un 13% en la Comunitat Valenciana

Pese a ese panorama negativo, incluso durante los meses del confinamiento ha habido empresas de sectores concretos que no han dejado de realizar nuevas contrataciones. Sin duda el sector servicios, con el turismo y la hostelería, ha sido el principal damnificado. Sin embargo, otros sectores están logrando mantener las nuevas incorporaciones este año.

Tecnología

Sin duda una de las tendencias que ha acentuado y acelerado la pandemia ha sido la digitalización de las empresas y el teletrabajo. El sector tecnológico ya era uno de los más dinámicos antes de que el virus del Covid-19 se expandiese de forma global y uno de los segmentos en que la incorporación de talento es más costosa por la alta demanda de personal formado. Precisamente gracias a las nuevas tecnologías, ha sido una de las industrias que mantuvo los procesos de contratación pese a las restricciones de movimientos y la incertidumbre. Estas son algunas de las empresas del sector que han aumentado su plantilla o prevén incrementarla en estos meses en la Comunitat Valenciana.

Edicom:: La empresa especializada en factura electrónica y transferencia de documentos electrónicos es uno de las firmas de capital 100% valenciano que ha sacado más partido al paso del papel a los bits. Con un volumen de negocio que supera los 100 millones de euros y presencia en más de una decena de países, el grupo que dirigen los hermanos Vicente y José Vilata, además de Ana Dar-

der, cuenta con más 600 profesionales y tiene previsto sumar este año otros 150 empleados. En febrero ya cerró la incorporación de 23 nuevos trabajadores. Los candidatos deben poseer perfiles tecnológicos con titulaciones como Ingeniería en Informática, Telecomunicaciones. También valora estudios afines, por ejemplo, Matemáticas, Ciencia de Datos, Física, Geodesia o Industriales con habilidades en programación. Además, se buscan Técnicos Superiores en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma, Administración de Sistemas Informáticos y en Red o similares.

Vector ITC: La filial de la multinacional Softek ha inaugurado unas nuevas oficinas en Alicante, donde ha generado 30 nuevos puestos de trabajo con profesionales de diferentes perfiles tecnológicos. El objetivo de la firma de soluciones tecnológicas es llegar a final de 2021 con 100 empleos en sus instalaciones en el antiguo centro comercial Panoramis frente al puerto alicantino, pasando a doblar esa cifra en 2022 lo que supondría llegar a 200 profesionales ese año.

Lãberit: La firma resultante de la fusión de la mayoría de las sociedades del grupo tecnológico Alfatec incorporó el año pasado un centenar de trabajadores para sus servicios de digitalización y desarrollo de soluciones para empresas y administraciones. La tecnológica tiene intención de mantener el ritmo de contratación.

Amazon y las cadenas de supermercados acaparan parte de las nuevas ofertas previstas

Uniphore: Tras la compra de la valenciana Emotion Lab Search, este grupo estadounidense planea crear un centro especializado en el desarrollo de soluciones de Inteligencia Artificial en Valencia. La compañía, que cerró recientemente una ronda de financiación de 140 millones de dólares, prevé incorporar a 40 ingenieros a su proyecto español, según María Pocovi, senior director Product MKT de Uniphore, con los que se buscan incorporar procesos de automatización a la tecnología de los centros de atención por todo tipo de canales.

Inetum: La consultora tecnológica Inetum nacida tras la compra de Informática El Corte Inglés por GFI ha realizado ya este año 35 contrataciones de las 100 que tiene previstas en su delegación de Levante, que incluye tanto Comunitat Valenciana como Murcia y Baleares. Su demanda se centra en consultores SAP de diversos módulos y experiencia, administradores y consultores de sistema, e ingenieros de sistemas empotrados, tecnologías de transporte y sistemas en tiempo real.

Factoría de Stadler en Albuixech (Valencia). Guillermo Lucas

Logística y transporte

Otro de los sectores que se ha potenciado con el auge del comercio electrónico y la necesidad de mantener las cadenas de suministro pese a las restricciones a la movilidad.

Amazon: El crecimiento del gigante de la distribución de comercio electrónica pasa durante este año por Alicante y Onda (Castellón). La compañía de Jeff Bezos pondrá en marcha este verano su primera estación logística en Alicante, donde prevé incorporar a 60 empleados. En el caso de Onda, el fondo inmobiliario de Singapur P2 Logistic Parks está construyendo un gran centro logístico sobre una parcela de 150.000 metros cuadrados. Una vez finalizadas las obras, se estima que el centro logístico podría generar cerca de un millar de puestos de trabajo a pleno rendimiento.

Obras del futuro centro logístico de Amazon en Onda, situado junto a otros de azulejeras como Halcón, Argenta o Pamesa. eE

AZA Logistics: La firma logística del grupo empresarial de la familia Zamorano está iniciando la actividad de su nuevo almacén recién construido en Sagunto con capacidad para 50.000 palés. Para operar esta instalación el grupo valenciano prevé incorporar en estos meses hasta 150 personas.

Intermodalidad de Levante (Ilsa): En un ámbito distinto, el nuevo operador ferroviario de alta velocidad formado por la compañía italiana Trenitalia y los socios de Air Nostrum ha cifrado en al menos 250 puestos de trabajos los que creará la empresa en Valencia, donde tendrá su sede. La compañía que espera empezar a operar sus trenes para competir con el AVE de Renfe el próximo año, ya ha puesto en marcha una convocatoria para contratar 100 plazas para maquinistas de alta velocidad. También prevé un nuevo proceso de selección para incorporar más de 500 personas de asistencia a clientes.

Distribución alimentaria

Las cadenas valencianas de supermercados vivieron el año pasado una situación completamente atípica por el confinamiento, en que hicieron frentes al aumento de su negocio con fuertes puntas de demanda.

Mercadona: La empresa de Juan Roig incrementó su plantilla en España y Portugal en el año del Covid. El grupo valenciano es uno de los mayores empleadores españoles, y aunque no ha desglosado las cifras, en el caso de Valencia hay que tener en cuenta que con su despliegue también incrementa las necesidades de talento en sus oficinas centrales, especialmente en digitalización. Para este ejercicio sus planes son añadir 1.600 puestos de trabajo estables en España y Portugal.

Consum: La cooperativa valenciana batió su récord de incorporaciones el año pasado, al sumar 1.355 nuevos empleos y superar los 17.800 trabajadores. En su caso, para este año prevé contratar de forma estable a 800 personas, de las que estima que unas 200 lo serán en la Comunidad Valenciana. También ha iniciado hace semanas el proceso para realizar 4.000 contrataciones para cubrir la campaña de verano de este año, para sustituir a personal de vacaciones y reforzar centros en zonas costeras.

5.500 Empleos en conjunto es la cifra aproximada que tienen previsto generar estas 15 compañías

Masymas: La cadena de tiendas de José Juan Fornés alcanzó los 2.500 empleados el año pasado. La empresa alicantina espera incorporar este año otros

100 trabajadores, fundamentalmente para las nuevas aperturas previstas.

Industria

Mientras que uno de los grandes motores industriales de la Comunitat Valenciana, el automóvil, se ha visto golpeado traumáticamente en el último año por los efectos de la pandemia, en el otro lado de la balanza la industria agroalimentaria ha sido uno de los sectores que ha aprobado con nota el examen de la pandemia. Los fabricantes cerámicos, tras un fuerte impacto inicial, también han reconducido la situación gracias a su peso internacional.

Stadler Rail Valencia: La fábrica de locomotoras y trenes del grupo suizo en Albuixech ha aumentado sus pedidos a toda máquina en los últimos años. En 2020 y a pesar de la pandemia, la factoría valenciana incorporó a cerca de 400 profesionales, hasta situarse cerca de los 1.400. El anuncio de la adjudicación del nuevo contrato de Renfe para construir 59 trenes de alta capacidad valorados en casi 1.000 millones de euros refuerza aún más sus necesidades de mano de obra. Los planes de su presidente Íñigo Parra son incorporar 500 personas más y estima que el empleo indirecto podría llegar a 4.000 puestos.

Pamesa: El grupo cerámico de Fernando Roig, con actividades también en las materias primas, la química auxiliar y la energía, mantuvo su estrategia de ganar tamaño el año pasado y eso supuso la contratación de 350 trabajadores. El grupo con sede en Almassora (Castellón) tiene en marcha fuertes inversiones fundamentalmente en logística y también ha anunciado que ampliará su actividad en este segmento al incluir el servicio de transporte hasta el cliente final, en lugar de limitarse a que el cliente recepcionase el producto en sus propias instalaciones.

Vicky Foods: El grupo alimentario de bollería, panadería y alimentación de Gandía que fabrica Dulcesol además de aprovechar la ola del consumo en el hogar está acelerando sus planes de internacionalización. Por ello el año pasado aumentó su plantilla en 200 personas, hasta 2.650 trabajadores. Dentro de sus planes de inversiones por valor de 75 millones de euros en los próximos dos años, destaca la construcción de su primera factoría en Francia, para la que estima que contratará a un centenar de trabajadores.

Mahle: El caso de la filial valenciana del gigante alemán de la industria auxiliar de la automoción va a contracorriente de la situación que atraviese este sector, marcado por los Erte y los recientes despidos en Ford y los proveedores directos. El grupo multinacional no se escapa de esa coyuntura en toda Europa, pero en el caso de su centro de I+D de Paterna, al estar especializado precisamente en electromovilidad es una de las apuestas de futuro del grupo. La compañía, que desembarco en Valencia tras la compra de la empresa manchega de electrónica del automóvil Nagares, cuenta actualmente con 300 trabajadores, casi en su totalidad ingenieros, y prevé incorporar otros 50 más a lo largo de este año. Sus planes no se quedan ahí, si no que planea alcanzar los 500 profesionales en las instalaciones valencianas. Un caso que no podría ser el único si salen adelante los proyectos vinculados al coche eléctrico y la nueva movilidad impulsados por el sector valenciano.

El contrato con Renfe de Stadler o las inversiones logísticas de Pamesa crearán nuevos puestos

Sede de Edicom en el Parque Tecnológico de Paterna. Guillermo Lucas

JOSÉ JUAN FORNÉS

Director general de la cadena de supermercados Masymas

"Vamos a implantar este año la venta 'online' cueste lo que cueste"

José Juan Fornés ha convertido la tienda que abrió hace 40 años en Pedreguer en la tercera cadena valenciana de supermercados por detrás de gigantes como Mercadona y Consum. Masymas, la marca de la empresa familiar Juan Fornés Fornes, posee 122 tiendas y ahora su reto es no perder el tren de la digitalización.

Por Ángel C. Álvarez. Fotos: Guillermo Lucas

Juan Fornés Fornés, la empresa alicantina que opera los supermercados Masymas en Comunitat Valenciana y Murcia, aprovechó el tirón del consumo para aumentar sus ventas más de un 10% el año pasado, por encima de los 332 millones de euros.

¿Cuál es el balance del año de la pandemia para Masymas?

Con el estado de alarma el año pasado, el *boom* de consumo y el temor al desabastecimiento las dos semanas de marzo y todo el mes de abril fueron una locura. Pero logramos generar confianza gracias al buen trabajo y la situación se normalizó. Fueron momentos de mucha tensión y de muchas noches de dormir. Porque quieres atender la demanda pero también quieres asegurar la salud de tu gente, de los empleados y de los clientes. Cuando todo el mundo en la empre-

sa supo que era importante por la situación creada todo el mundo se creció para dar el máximo.

Masymas incrementó sus ventas un 10,1% el año pasado por el consumo del hogar. ¿También han crecido en esa línea en rentabilidad?
El incremento de ingresos, aunque ha habido gastos extra, ha mejorado el resultado. Hemos hecho dos pagas extra importantes para nuestros empleados para compartir con ellos ese aumento de ingresos y agradecer ese mayor esfuerzo.

Tras el fuerte crecimiento de 2020, ¿cómo van las cosas este año?
Tenemos que comparar con el año 2019, porque si lo comparamos con el pasado no hay forma de medir de manera lógica. La evolución está siendo más normal. Las sensaciones son positivas aunque está claro que también a nosotros nos ha afectado una cosa negativamente: las tiendas que están en zonas turísticas han bajado facturación. Ojalá que con la vacuna y la recuperación este verano sea mejor. Benidorm, donde tenemos cinco tiendas, se lleva la palma. Allí hay establecimientos que han reducido ingresos entre un 30% y un 40%. Pero cuando tienes claro los motivos de esa caída no te pones nervioso. La Comunitat Valenciana parece que está evolucionando muy bien y esperemos que eso contribuya al verano. La previsión es bajar ventas ligeramente sobre el 2020, porque es imposible volver a absorber ese crecimiento. De todas formas la variación dependerá mucho de como evolucione todo esto, de como vaya el verano. Con las nuevas tiendas esperamos que el descenso sea muy poco.

El efecto de esas zonas turísticas en las ventas globales ha sido menor que en otras cadenas, como la propia Mercadona.
En la zona de costa tenemos entre el 20% y el 25% de las tiendas, y el crecimiento en comarcas de interior fue mayor. Pero tampoco en todas las zonas turísticas la evolución ha sido igual. Por ejemplo, Jávea y La Marina Alta no ha tenido el mismo comportamiento que Marina Baja y Benidorm o Torrevieja, porque en esa zona hay más turismo residencial de zonas próximas.

¿Ha cambiado la pandemia en algo la estrategia de Masymas?
El cliente nos pide productos saludables y de proximidad, precios competitivos, servicio profesional y surtidos que resuelvan el tiempo que se emplea en el hogar, como la comida preparada, que es una de las materias en las que estamos poniendo énfasis en nuestro nuevo modelo de tiendas. La tendencia de la comida más sana va ir a más, y eso supone ampliar los surtidos en todas las categorías.

"Cuando teníamos a punto de lanzar el canal 'online', lo decidimos rehacer porque no tenía una estructura de costes óptima"

"Más vale tener comercio electrónico aunque no sea rentable, que no tenerlo y perder al cliente que es comprador online"

Sin duda el canal 'online' ha sido uno de los grandes triunfadores de la pandemia, ¿lo tienen en sus planes?
La venta *online* no la tenemos aún en funcionamiento, pero la vamos a poner en marcha este año. Hemos hecho mucho trabajo y cuando lo teníamos a punto de lanzar, entendimos que la estructura de costes no nos permitía activarlo porque no obteníamos unas condiciones óptimas ni de rentabilidad ni de servicios. El proyecto que ahora desarrollamos creemos que cumplirá esas condiciones para ponerlo en marcha este año. De momento empezaremos con poblaciones de más densidad y demanda, para ir de menos a más progresivamente. Es cierto que el comercio electrónico ha crecido mucho, pero el porcentaje en nuestro sector de alimentación aún sigue siendo pequeño frente a otros sectores. Pero hay que estar, no se puede estar más tiempo sin estar ahí.

¿Qué motivos les llevaron a volver a empezar de cero el proyecto 'online'?
Queríamos tener controlado como lo tenías que hacer, no lanzarnos a la piscina sin tener claro lo que hacer. En el caso de los números, los mires por donde los mires hay costes adicionales importantes que al principio van a hacer que no sea un servicio rentable. Pero no se puede estar más tiempo sin él. El consumidor está muy familiarizado ya con la compra *online* en todos los sectores, incluidos el nuestro. Una empresa como la nuestra no se puede permitir no tenerlo. Aunque no sea rentable al principio hay que estar ahí. Más vale tenerlo y no perder al cliente que es comprador *online*, que no tenerlo y perder a ese cliente.

¿Qué inversión tienen prevista para poner en marcha este canal de venta?
Aún no está cerrada, pero tenemos claro que cueste lo que cueste hay que tenerlo este año, ya no se puede esperar más. Vamos a empezar primero con la plataforma digital y utilizar las propias tiendas como plataforma logística, con los establecimiento de más tamaño que puedan atender ese nuevo servicio por zonas.

¿La entrada de nuevos competidores con el 'online' va a revolucionar el mapa del sector en la Comunitat Valenciana?
El *online* va a ser importante, más de lo que es ahora seguro, pero dentro de una moderación. Si en España es el 2% de alimentación y en Inglaterra están en el 5% o 6% aún queda mucho. En nuestro caso igual puede llegar significar un 1% o un 2% anual, pero no nos obsesiona. No hay que dejar garantizar el trabajo diario para atender al cliente y para eso apostamos por producto de proximidad y reforzar acuerdos con las lonjas de pescado con los agricultores. El producto fresco de alimentación es nuestra especialidad y entendemos que eso es lo que nos genera las sinergias con el cliente.

Los nuevos modelos de tiendas tienen cada vez más superficie, en algunos casos eso también supone dejar ubicaciones en el centro y los barrios. ¿No choca con el concepto de tienda de proximidad que salió fortalecido en la pandemia?
Es cierto que hemos hecho cambios de ubicaciones para dar mejor servicio, porque al haber más surtido y secciones necesitamos más espacio, y también aparcamiento. Estamos yendo a parcelas de entre 4.000 y 5.000 metros cuadrados, una sala de ventas de unos 1.500 metros cuadrados y unas 70 o 80 plazas de aparcamientos, y ecoeficientes, con placas solares todas las que hagamos en edificios singulares y plazas con recarga para coche eléctrico. Los nuevos establecimientos del futuro necesitan unos mínimos. Pero eso no quiere decir que haya que renunciar a las tiendas en las zonas urbanas, porque también somos conscientes que en el algunas poblaciones cerrar tiendas generarían un problema. Seguiremos conviviendo tiendas en zonas urbanas y las nuevas en zonas más accesibles como párking y descargas.

"Pese al crecimiento generalizado, hubo tiendas en zonas turísticas como Benidorm con caídas de entre el 30% y el 40%"

"Nosotros no trabajamos la franquicia ni pensamos en esos formatos para crecer, lo nuestro son las tiendas propias"

En los entornos urbanos está habiendo cierto 'boom' de franquicias, ¿se plantean crecer con ese modelo?
Nosotros no trabajamos la franquicia ni pensamos en esos formatos. Hay empresas especialistas y entenemos que para familias llevar un negocio franquiciado puede ser un modelo fantástico, pero no es lo nuestro, preferimos crecer por nuestra cuenta con tiendas propias.

Masymas lanzó un par de tiendas de pequeño formato 'Fornés by masymas' en el centro de Valencia, ¿por qué se cerraron?

Era un formato experimental que precisamente pusimos en marcha para probar. Lo que ocurrió fue que con el estado de alarma esos locales en el centro de Valencian pasaron de que pasaran por la puerta diariamente 24.000 personas a menos de la mitad. Se trataba de tiendas concebidas para el consumo inmediato. La caída de visitas por las restricciones, sin el turismo y con el teletrabajo que también supuso menos clientes de oficinas las hizo inviables. Estaba muy bien estructurado, pero sin clientes no hay vida. De momento hemos decidido aparcarlo, lo que no quiere decir que con el tiempo lo podamos reactivar, pero por el momento no nos lo planteamos a corto plazo. Para empresas con personal fijo necesitamos unos mínimos que ahora no se daban.

¿Mantienen las previsiones de inversión tienen para este año?
Tenemos previsto destinar 12 millones de euros. Ya hemos puesto una tienda nueva en marcha, tenemos otra en construcción y la intención es que al acabar el año hayamos incorporado cuatro nuevos establecimientos. Al margen también estamos reformando varias que es una rueda que no se para nunca, porque hay que renovarse para adaptarse a los cambios.

La nueva normativa autonómica de comercio, que aún no ha entrado en vigor precisamente por una moratoria sobre la superficie de los supermercados, ¿puede obstaculizar los planes de tiendas más grandes?
De momento, no. No nos replanteamos los planes de crecimiento por la normativa. Ha habido muchas reuniones para sacarla adelante y buscar las mejores soluciones para que todos nos sintamos confortables yo creo que al final habrá consenso.

¿Y con los ayuntamientos?
En su caso no es tanto por los tamaños, con algunos la problemática es más por la aplicación de la normativa de la zona de gran afluencia turística para abrir en domingos y festivos. Hay ayuntamientos que lo entienden como un servicio y lo aceptan, mientras que otros se resisten. Nosotros queremos ser uno más en los pueblos donde abrimos y en líneas generales, creo que se están haciendo las cosas bien tanto el Gobierno autonómico, los municipios y las empresas buscando acuerdos.

¿Cómo ve el sector de la distribución tras la pandemia?
El sector está muy masificado, hay una densidad comercial potente, con enseñas con inversiones muy fuertes para desplegarse. El entorno es complejo, pero muy divertido a la vez, no hay tiempo para aburrirse. Hoy al cliente no le importa tanto el tamaño si no como lo atiendes, y ahí queremos estar al nivel máximo de cualquier competidor.

"La caída del tráfico comercial por el Covid nos llevó a cerrar las dos minitiendas Fornés en el centro de Valencia"

"Cuando las ventas no salen todo el mundo piensa que el precio le va a salvar, pero si te focalizas solo en precio estás muerto"

¿Se va hacia una guerra de precios en el sector?
Hay tensiones con los precios, cuando las ventas no salen todo el mundo piensa que el precio es lo que le va a salvar. Nunca hay que perder de vista el precio, hay que saber como venden los demás. Tu cliente no puede pagar más y queremos que nuestros precios sean lo más competitivos.

Si algunos ajustan el precio, nosotros también lo haremos, a veces contra la cuenta de resultados. Pero si focalizas la empresa sólo hacia el precio, estás muerto, porque por precio siempre habrá alguien dispuesto a hacer una locura. Nuestra prioridad es que el cliente pague el menor precio posible.

La receta improvisada para las concesiones de Sanidad

El Gobierno del Botànic tramita la creación de una empresa pública de manera urgente y reconoce que no es "eficaz" integrar estos servicios en los departamentos de Sanidad

Á.C.Á. Fotos: istock

Uno de los puntos esenciales del pacto de Gobierno del Botànic de hace seis años tanto de PSPV como de Compromís y de Podemos fue el de la reversión de las concesiones de Sanidad. Bajo la bandera electoral de acabar con la "privatización" de la Sanidad de la época del PP, la Generalitat de Ximo Puig puso en marcha una política que, más que revertir por el alto coste económico que supondría anular contratos en vigor, básicamente consiste en no renovar las concesiones de los departamentos de Salud que se adjudicaron bajo el denominado Modelo Alzira.

A ellos se suman otros servicios que también desde hace décadas prestan empresas privadas para la Sanidad pública, como los de resonancias, que también fueron objeto de las críticas de los actuales socios del Botànic cuando estaban en la oposición.

La experiencia del proceso por el que hace tres años la Conselleria de Sanidad pasó a asumir precisamente el área de salud y el hospital de La Ribera, que daba nombre al modelo Alzira, parece que no ha dejado satisfecha ni al propio Ejecutivo autonómico. Después de asumir directamente la gestión la propia Conselleria, ahora el departamento que dirige Ana Barceló ha elaborado un proyecto de decreto ley que propone una fórmula radicalmente distinta para gestionar el departamento de salud de Torrevieja, que a finales de este año finaliza su concesión con Ribera Salud, el antiguo gestor de Alzira, concesionario del área de Vinalopó-Elche y que participa además en la de Denia.

La nueva receta para poder asumir los servicios y el personal del hospital alicantino y sus consultorios ahora es la creación a toda prisa de una nueva empresa pública. Una sociedad mercantil con personalidad jurídica privada, curiosamente uno de los instrumentos que los partidos de izquierdas afeaban al PP desde la oposición, que también se prevé que asuma los servicios de resonancia mag-

El hospital de Torrevieja, cuya concesión a Ribera Salud vence el próximo 15 de octubre.

nética y de farmacia para los centros de atención a mayores dependientes de la Generalitat. Pese a que el final del plazo concesional era algo conocido incluso antes de que PSPV, Compromís y Podemos llegasen al Palau de la Generalitat en 2015, ahora el texto del decreto ley justifica por "la situación de pandemia mundial que ha sufrido la Comunitat Valenciana" el retraso en "la creación de esta estructura en el plazo que hubiera sido idóneo, por lo que alguna de estas actividades ya ha finalizado el período contractual que les era de aplicación, habiéndose ampliado éste". Unas prórrogas que han acumulado varios años en el caso de las resonancias magnéticas.

28,5 Millones de euros es el presupuesto de la firma pública sin incluir el área de Torrevieja

Precisamente uno de los argumentos que había esgrimido la actual concesionaria del área de salud de Torrevieja era que dada la situación de pandemia no parecía el mejor momento para llevar a cabo el cambio en la gestión, especialmente en uno de los departamentos con menores listas de espera y mejores ratios de satisfacción del sistema público autonómico. Un argumento al que ahora recurre Sanidad para argüir la urgencia y carácter extraordinario de la fórmula del decreto ley.

"Ante la situación descrita, el instrumento más idóneo para dar una respuesta adecuada y rápida es la creación de una sociedad pública mercantil del Sector Público Valenciano que asuma los servicios sanitarios y sociosanitarios que hasta el momento se prestaban a través de las fórmulas contractuales recogidas en la normativa en materia de contratación pública y que tenga capacidad, además, para acometer la gestión de los servicios sanitarios que le encomiende la Conselleria de Sanidad Universal y Salud Pública".

El proyecto presentado por la propia Conselleria viene a reflejar hasta que punto ni siquiera esta alternativa parece ser la deseada por este departamento. "La naturaleza diversa de los operadores, la especificidad y peculiaridad de las prestaciones, las estructuras de las plantillas y la preocupación por defensa de los intereses de los trabajadores ha dificultado el encontrar una figura que hiciera posible recoger todas estas actividades en una sola estructura organizativa sólida, que fuera capaz de responder de forma rápida y eficaz a las necesidades sanitarias de la ciudadanía de la Comunitat".

La consellera Ana Barceló recibe la vacuna del Covid durante la campaña de vacunación.

El documento va más allá y reconoce que "no se considera, en este momento, eficaz su integración en los protocolos y organización de personal de los Departamentos de Salud". Una valoración que parece desprenderse tras el regreso del departamento de Salud de La Ribera a la gestión de la Conselleria. Un proceso marcado por las diferencias con los trabajadores y las tensiones por el convenio colectivo, además del incremento del plazo en las listas de espera. Un antecedente que genera incertidumbre entre los trabajadores de Torrevieja.

Un presupuesto a medias

El proyecto de decreto ley para la creación de la empresa pública de salud de la Comunidad Valenciana incluye un presupuesto de su primer ejercicio en el que se recogen los gastos previsibles de asumir el servicio de resonancias magnéticas y del servicio farmacéutico de los centros de mayores públicos. Sin embargo, el que se supone que sería el mayor gasto, el del área de salud de Torrevieja y el resto de municipios vecinos, no se cuantifica. Una omisión que se basa en que la concesión finaliza a mediados de octubre y por tanto su impacto no sería el de un año completo.

Así, el gasto total de la nueva empresa pública sería de 28,5 millones de euros y contaría con una plantilla total de 217 trabajadores. Unas cifras que se quedan muy lejos de lo que supone el presupuesto anual y la plantilla de un departamento de salud como el de Torrevieja. En 2019, el gasto de la empresa concesionaria sanitaria ascendió a 45,45 millones de euros y en total empleó a 1.270 trabajadores. Unas cifras con las que se triplicaría el presupuesto necesario, además de disparar la plantilla por más de cuatro.

Precisamente la intención de crear esta empresa pública para absorber a la plantilla ya ha levantado ampollas entre sindicatos y trabajadores de los centros sanitarios de la concesión, que consideran un agravio comparativo respecto al departamento de La Ribera, en que los empleados pasaron a formar parte de la Administración autonómica. Intersindical ya ha anunciado su intención de llevar a los tribunales el traspaso a una empresa pública.

Y no solo entre ellos, también entre los propios socios de Gobierno de coalición que preside Ximo Puig. Podemos apoya públicamente la reversión directa y ha mostrado su rechazo a la creación de la empresa pública para asumir los servicios públicos, al considerar que no respeta lo acordado en el pacto del Botànic. Compromís ha presentado alegaciones para eliminar del decreto que las concesiones de departamentos de salud, como la Torrevieja, puedan quedar en manos de la futura sociedad pública. La formación defiende que ésta se limite a las resonancias y la farmacia geriátrica.

Una guerra judicial con varios frentes abiertos

La empresa concesionaria Ribera Salud ha abierto varios frentes judiciales por la finalización de la concesión en Torrevieja. La sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Supremo ha aceptado el recurso interpuesto por la empresa Ribera Salud a la sentencia del TSJ valenciano que avalaba la reversión del Hospital de La Ribera al sistema público de Salud. La concesionaria solicitó al Alto Tribunal que se pronunciara no sobre la decisión de la Generalitat Valenciana de denegar la prórroga del contrato de gestión del hospital, sino acerca del posible incumplimiento de la legislación de estabilidad presupuestaria. Esa normativa obliga a incluir "estudios económicos del coste que, para la administración, puede suponer este cambio de modelo en la gestión". El recurso considera que se ha omitido "el informe o memoria económica" que marca la ley en el que se valoran "las repercusiones presupuestarias".

El TSJ autonómico por su parte ha rechazado el recurso que presentó la compañía sanitaria contra la desestimación por silencio administrativo de la solicitud de restablecimiento del equilibrio económico-financiero del contrato de gestión de servicios públicos por el que reclamaba 39,5 millones a la Generalitat.

WATER NOLOGY

by Facsa

Tecnología para el futuro sostenible del agua.

Fruto de nuestra apuesta por la digitalización nace Waternology, el resultado de la unión bajo una misma marca de todo el potencial tecnológico que aplicamos a la gestión inteligente del ciclo integral del agua.

waternologybyfacsa.com

Facsa | Empresa de GRUPO GIMENO

La producción ecológica enraiza en el campo valenciano

La agricultura con métodos sostenibles gana terreno especialmente en cultivos como el viñedo tras duplicar sus ventas en la región en los últimos cuatro años

Á.C.Álvarez. Fotos: istock

El campo valenciano, uno de los grandes pilares de la exportación autonómica, busca nuevas vías de desarrollo con las que consolidar sobre todo su rentabilidad. Y la agricultura ecológica está ganando terreno de forma sostenible en la última década como una alternativa de valor añadido para los productos agrícolas valencianos.

Así lo refleja el último informe anual del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (CAECV). La producción ecológica certificada vivió durante el al pasado un importante desarrollo en pleno Covid, con un crecimiento de la facturación del 20,8%, hasta alcanzar los 626 millones de euros. Una cifra que supone más que duplicar el negocio que suponía este segmento hace apenas cuatro años y que además se produce en el contexto de un año

La vid es el primer cultivo ecológico por superficie en la Comunitat Valenciana. eE

atípico, con un tirón generalizado de la alimentación por la pandemia.

La evolución del negocio de los productores ecológicos de la Comunitat Valenciana no son los únicos que muestran esa evolución positiva. Según el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, la rentabilidad del sector ecológico valenciano es de casi un 400%, en un momento en que precisamente ese es uno de los puntos críticos del sector. Además, la tendencia ascendente continúa no sólo en negocio, sino también en superficie ecológica certificada, operadores e industria asociada. Según recoge el informe anual, el número de operadores dedicados a esta actividad se incrementó un 8,5% más que en 2019, hasta contar 3.544.

Por su parte, la superficie agraria útil destinada a cultivo ecológico con 20.000 nuevas hectáreas, lo que supone un aumento del 14,7% interanual y representa ya el 17,9% de la superficie agraria útil (dos puntos por encima del porcentaje de 2019), hace un total de 147.767 hectáreas. En la última década los terrenos destinados a estos cultivos se han triplicado en la región y el porcentaje sobre el total de tierra útil se sitúa a 7 puntos del objetivo marcado por la Unión Europea del 25% para 2030.

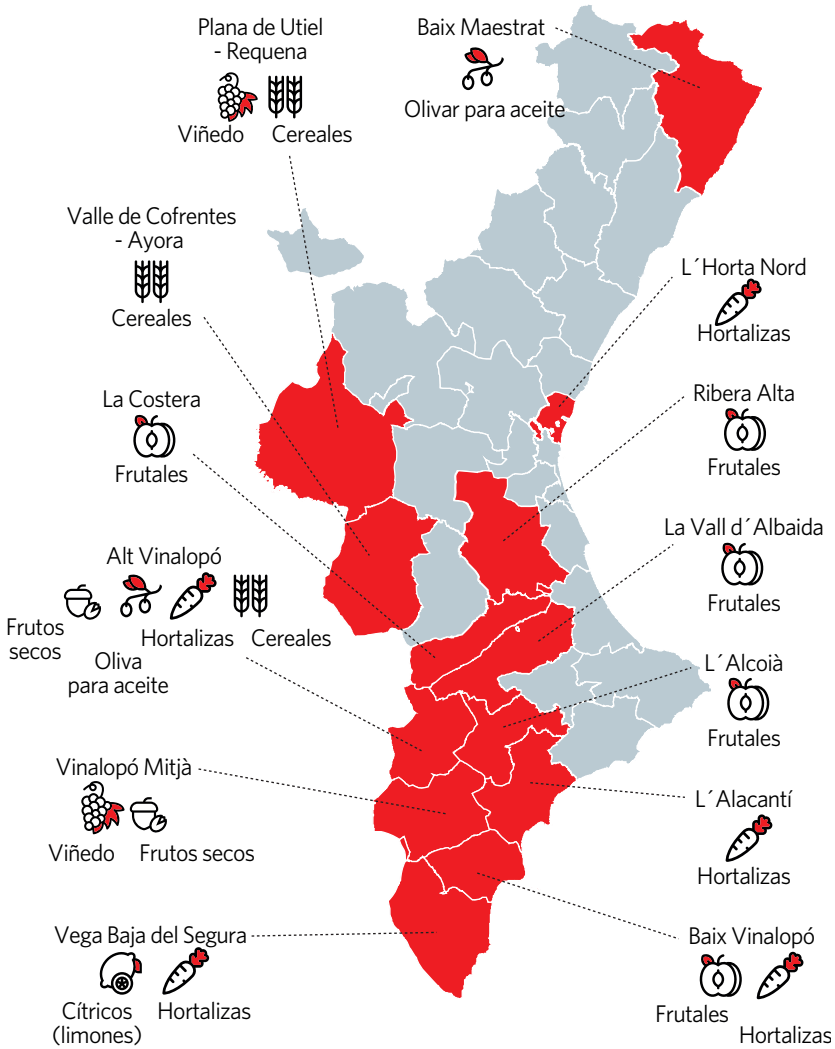
Aunque Alicante supone el 25% de la superficie certificada, lidera la producción ecológica regional

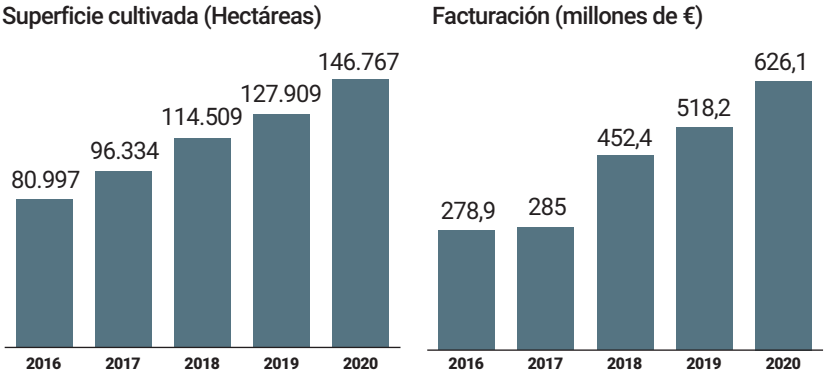
Por provincias, la situación aún es bastante desigual, aunque con un líder claro. Alicante lidera la producción certificada estimada con 87.510 toneladas. Y ello a pesar de que la superficie certificada el año pasado se redujo un 3% y de que en superficie total de hectáreas certificadas apenas representa un 25,1% de la superficie certificada total. Una situación que se explica por su mayor rendimiento en la producción, en parte también por el carácter pionero en la autonomía, ya que fue donde primero se apostó por este tipo de cultivo. También el tipo de cultivos condiciona el volumen en toneladas.

Por detrás suyo, Valencia se acerca con 86.296 toneladas tras un fuerte impulso de los campos que se han sumado a este tipo de agricultura sostenible y con tratamientos biofitosanitarios. En el último año las hectáreas en la provincia valenciana han aumentado un 27%, con lo que en la última década la superficie destinada a estos productos se ha triplicado y roza las 75.000 hectáreas.

En Castellón el arranque de la agricultura ecológica ha sido más tardío y también sus cifras son menores, con 7.621 toneladas el último año. Pese a ello, si se atiende a la superficie certificada, el impulso del plan de estímulo autonómico ha permitido triplicar en cuatro años las hectáreas certificadas en la provincia.

El mapa de la producción ecológica valenciana





Fuente: Informe del sector ecológico CAECV. elEconomista

Vino, frutos secos y olivos

El cultivo estrella según los métodos más sostenibles es el viñedo, según se desprende del informe elaborado por el Comité de Agricultura Ecoló-

Minifundios en la huerta situada entre Valencia y Alboraya. eE

gica de la Comunitat Valenciana (CAECV), que preside José Antonio Rico. Una muestra de la fuerte apuesta de las bodegas y productores vitivinícolas por diferenciarse con una uva más mimada, especialmente para poder aspirar a los mercados internacionales y a caldos de mayor valor. Las vides suponen casi un tercio de la superficie ecológica certificada en la región, con un fuerte peso en la provincia de Valencia.

Tras ella se sitúan los campos destinados a frutos secos, que son las plantaciones que más predominan en Alicante y Castellón, y los olivares, también más habituales en esas dos provincias. La variedad principal que domina el campo valenciano, los cítricos, ocupa aún un cuarto puesto en el conjunto. Sin embargo, se trata del cultivo que más ha disparado su superficie ecológica en la región en los últimos cuatro años, con un incremento de la superficie cultivada del 173%.

El fuerte crecimiento de la actividad ha venido también de la cada vez mayor presencia de operadores y productores en este mercado. El año pasado se cifraba en 2.707 los productores especializados en toda la autonomía, casi un 9% más que un año antes. Además, el número de empresas se sitúa en 748, tras haberse multiplicado por tres en la última década. Las estadísticas recogen fundamentalmente a agricultores, pero también hay 27 ganaderos y tres firmas acuícolas que producen siguiendo los certificados ecológicos reconocidos. La provincia de Valencia encabeza la tabla con 2.039 operadores, le sigue Alicante con 1.190 y cierra Castellón con 315. Según la Generalitat Valenciana, el sector ha absorbido entre 2016 y 2020 inversiones por 78,5 millones de euros.

El estudio también refleja el perfil de estos agricultores en un momento en que este trabajo resulta fundamental para combatir la despoblación rural. La edad media del productor o productora de ecológico es de 48 años, mientras que la mujer representa el 31% de los operadores, un 4,5% más que en 2019.

78,5 Millones de euros se han invertido en el desarrollo de cultivos certificados sostenibles

La Conselleria de Agricultura tiene previsto un II Plan de Producción Ecológica tras el ejecutado en los últimos cuatro. Entre los objetivos que perseguirá se incluye el incremento del consumo y la distribución a nivel local, además del compromiso de la administración en la compra pública, que fija un mínimo de producto ecológicos en los pliegos de condiciones de los comedores públicos, así como en los canales cortos de comercialización.

Construcción

Gimecons y Sato asumen obras por 5 millones en Almenara

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a través de la Dirección General de la Costa y el Mar, ha adjudicado a la UTE conformada por Gimecons, la constructora de Grupo Gimeno, y Sato (OHL) las obras de estabilización del frente litoral de Almenara y La Llosa en la costa de Castellón.

El objetivo principal del proyecto, que comenzará tras el período estival y tendrá una duración de 12 meses, es llevar a cabo una serie de actuaciones que reduzcan la longitud del basculamiento de la orilla y consigan una posición de equilibrio de la misma. En la zona norte se construirán cuatro nuevos espigones y se realizará una prolongación de los existentes actualmente en la Gola de La Llosa, a fin de proteger el casco urbano del Barrio Mar de la acción del mar.

Del mismo modo, se procederá a la extensión de más de 205.000 metros cúbicos de gravas para la formación de las celdas entre espigones y se retirará la actual escollera de protección, al sur de la desembocadura. Por otro lado, en la zona sur, se prolongarán los espigones existentes de la Gola de Queralt y se aportarán 50.000 metros cúbicos de grava y 25.000 metros cúbicos de arena aguas abajo del espigón de la Gola de Queralt, al sur.

Energía

Power Electronics crece un 42%, hasta 490 millones de euros

El fabricante de equipos electrónicos para el sector energético Power Electronics mantuvo su fuerte crecimiento en 2020 pese a la pandemia. El tirón de Estados Unidos y el alza de los sistemas de almacenamiento eléctrico con baterías permitió al grupo valenciano incrementar sus ventas un 42%, hasta 490,7 millones de euros.

En un año tan complejo por la pandemia, el fuerte crecimiento ha permitido a Power Electronics mejorar notablemente el resultado de explotación de 46,6 millones de euros, lo que supone un 215% más que el ejercicio anterior, en el que alcanzó los 14,8 millones de euros. La empresa propiedad de la familia Salvo ha sabido aprovechar el fuerte desarrollo de las plantas de energías renovables, fundamentalmente con sus inversores para centrales fotovoltaicas, que se han instalado en 1.300 plantas en 35 países. Ahora su gran apuesta son las instalaciones de almacenamiento energético ligadas a estas instalaciones. La compañía con su factoría principal en Lliria (Valencia) incrementó su plantilla un 8% en el último año y lidera el proyecto valenciano que aspira a instalar en la región una gigafactoría de baterías eléctricas. El grupo ha cerrado el 2020 con 40 GW de potencia instalada.

Finanzas

Santander firma una línea de 5 millones con Afín SGR

Santander y Afín SGR han firmado un convenio de colaboración para impulsar la financiación de microempresas, pymes y autónomos de la Comunitat Valenciana con unas condiciones especiales. En virtud del acuerdo, Banco Santander establece una línea de financiación de 5 millones de euros a la que podrán acceder los interesados que cuenten con el aval de Afín SGR.

A la firma del convenio entre ambas entidades han asistido; Antonio Valldecabres, director territorial de Banco Santander en la Comunitat Valenciana y Murcia, José María Badía, director general de Afín SGR, y Manuel Illueca, director general del Instituto Valenciano de Finanzas (IVF), quien ha mostrado su satisfacción por retomar la colaboración entre ambas entidades después de casi una década.

Afín SGR ha sido capaz de cerrar 2020 con más de 55 millones de euros en avales formalizados, un 89,6% más que en 2019. Según la entidad, esas cifras ponen en evidencia el papel fundamental que juega en la dinamización del tejido empresarial. Durante el presente ejercicio, Afín SGR ha incrementado un 172% el importe de los avales ya firmados respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Línea de producción de Vicky Foods, fabricante de Dulcesol, uno de los proveedores de Consum. Guillermo Lucas

Consum rebasa los 2.000 millones en compras a proveedores

El fuerte tirón de la demanda en el hogar no solo benefició a las cadenas de distribución. El crecimiento de las ventas de la cooperativa valenciana de supermercados también repercutió en más de 4.000 proveedores españoles a los que destinó 2.142 millones de euros, un 13,7% más que el año anterior

elEconomista.

Las cadenas de supermercados formaron parte de las actividades consideradas esenciales durante el estado de alarma por el Covid y eso, unido al fuerte aumento de la demanda en el hogar derivado de la situación, llevó sus cifras de ventas a niveles récord. Este fue el caso de Consum, la cooperativa valenciana que con sus 791 tiendas alcanzó el año pasado una facturación de 3.325 millones de euros, un 13,3% más que en 2019.

Un aumento del negocio que Consum también trasladó a sus 4.238 proveedores en su cadena de valor con un potente aumento en el volumen de compras realizado en 2020, que también batió sus máximos históricos registrados hasta ahora. De esa cifra total, 1.250 son incluidos como proveedores comerciales, es decir, las empresas cuyos productos distribuye en su tienda fundamentalmente de alimentación y vinculados al hogar. La cadena de

supermercados realizó compras por valor de 2.142,7 millones de euros, lo que supone un aumento del 13,7% respecto al año anterior.

Según explica la propia cooperativa en su memoria de sostenibilidad de 2020, el 98,9% de las compras se han realizado a proveedores nacionales. Además, el 66,2% del volumen correspondió a proveedores locales de las comunidades autónomas en las que está presente a través de su red de establecimientos: Comunitat Valenciana, Murcia, Cataluña, Aragón, Castilla-La Mancha y Andalucía. "Se estima que la actividad de Consum genera más de 39.000 puestos de trabajo indirectos, principalmente dentro de su cadena de suministro y en sus contratistas de servicios", recoge en su memoria. Una cifra que supone un incremento en más de 3.000 puestos indirectos respecto al año anterior. La propia Consum aumentó notablemente su plantilla el último año, con 1.355 empleados más, hasta 17.386 trabajadores. En su caso, el 92% de los empleados son socios cooperativistas.

La cooperativa "considera a sus proveedores como aliados clave para el desarrollo de un surtido innovador adaptado a las necesidades de sus socios y clientes", destaca en el apartado en que analiza sus relaciones con su cadena de valor. Según sus últimos datos, alrededor del 84% de sus proveedores comerciales le suministran con marca de fabricante. En esa línea de impulsar "relaciones más justas, equilibradas y leales a lo largo de la cadena alimentaria, Consum está adherido desde 2016 al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)", por el que se compromete a aplicar de manera voluntaria buenas prácticas mercantiles en las relaciones comerciales con sus proveedores.

En esa misma línea, una de sus prioridades es mejorar sus plazos de pago a proveedores, algo que en el último ejercicio se ha visto frenado por la coyuntura. "Debido a la situación extraordinaria de la pandemia, se ha incrementado el porcentaje de compras de productos con mayor plazo de pago, lo que ha producido retrasos en los plazos de pago medios, que han situado en 44 días durante 2020. La Cooperativa trabajará por seguir reduciéndolos al mínimo posible durante los próximos años", señala. En los dos años anteriores el periodo medio se había mantenido en 42 días.

La cadena estima que genera 39.000 puestos de trabajo indirectos con su actividad

La cooperativa también incluye en todos sus contratos una cláusula de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con la que Consum promueve que los proveedores compartan los valores de la cooperativa, especialmente los relacionados con la protección de los derechos laborales, la conciliación de la vida familiar y laboral, la igualdad de oportunidades, así como la eficiencia ambiental de los recursos y el respecto a los derechos humanos.

Juan Luis Durich, durante la presentación de resultados telemática de la cooperativa valenciana. eE

Saludes planea el salto internacional con su tecnología de seguridad vial

El grupo valenciano fabricante de señales de tráfico y presente en sectores como los parques infantiles, está estudiando la normativa para decidir qué países abordar

Á. C. Á. Fotos: Guillermo Lucas

Con 120 años de historia, Industrias Saludes llegó a vender en toda Europa cuando se dedicaba a la fabricación de componentes para la automoción -mucho antes de que Ford se instalase en Valencia- y con el mobiliario urbano en la década de 1980. "Cuando decidimos centrarnos en la señalización vial ante el desarrollo de las carreteras el volumen que había aquí era tal que nos centramos en España y Portugal", explica el consejero delegado del Grupo Saludes, Fernando Saludes. Con el desarrollo de las señalizaciones electrónicas y los equipos inteligentes *smart* de mayor valor añadido, la empresa valenciana quiere saltar a nuevos mercados exteriores.

"Hasta ahora la actividad era tímida porque nos habíamos focalizado en el mercado nacional y en diversificar producto", apunta Saludes. Pese a ello, la empresa de señales de tráfico ha operado en países como Marruecos y El Salvador, y a través de socios en Polonia y Grecia.

"Queremos hacerlo sin prisas y de manera muy selectiva, porque nuestro negocio cuenta con unas normativas muy exigentes y distintas en cada país ya que afecta a la seguridad vial", añade. "Vemos oportunidades en todo lo que es tecnología y economía circular por lo que podemos aportar", apunta. "Esta crisis la estamos viendo en términos de oportunidad, es un buen momento para atacar estrategias", señala el directivo, que aunque no se marca plazos, considera que dentro de la estrategia de diversificación del grupo la intención es que el negocio exterior aporte en el futuro el 15%.

La emergencia sanitaria ha afectado al volumen de negocio del grupo valenciano, que redujo sus ventas un 16% en 2020, frente a los 19 millones de euros de facturación del año anterior. Pese a ello, Saludes destaca que "con las medidas que pusimos en marcha logramos mantener un beneficio bruto de explotación (ebitda) del 10%", que ha permitido a la empresa capear la crisis.

Más allá del descenso puntual por el confinamiento y la paralización de contratación de obra pública, de la que depende el grueso de su negocio de señalización, el alza de los precios de las materias primas ya se nota en la rentabilidad. "Es un problemón. Estamos asistiendo a un incremento de materia prima del 40% al 200%, en algunos casos de materiales del metal. Pero lo mismo pasa en el plástico y en nuestro caso también en electrónica con los semiconductores", apunta. "En nuestro sector el ajuste más duro se sufrió en la anterior crisis. La caída de la inversión pública nunca se ha llegado a recuperar y desapareció entre el 40% y el 50% de la actividad", comenta Saludes. En esos años cerraron empresas como las valencianas BAN y Postigo.

Fernando Saludes, consejero delegado de Industrias Saludes.

> La empresa redujo un 16% su negocio el año pasado, pero mantuvo un ebitda del 10%

La atracción de talento, una asignatura pendiente

Un estudio del Ivie para la Fundación Cotec sitúa a la Comunitat Valenciana por debajo de la media española en capacidad para atraer y retener talento

Á. C. Álvarez.

La Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, uno de los emblemas de la autonomía. iStock

Una de las batallas entre autonomías que cada vez tiene más peso para el desarrollo económico, pero queda fuera de los focos de la campaña electoral es la de la creación, atracción y retención de talento. Según el ranking del informe Mapa del talento autonómico de la Fundación Cotec elaborado por Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie), la Comunitat Valenciana no sale bien parada en la comparativa de 56 variables socioeconómicas para analizar la atracción y retención de talento.

La autonomía ocupa el puesto decimoprimero en el índice del talento que refleja la valoración general por comunidades, sólo por delante de Baleares, Murcia, Andalucía, Extremadura, Canarias y Castilla-La Mancha. La región obtiene una puntuación media de 43,3 puntos, por debajo de la media del conjunto de las CCAA y muy lejos de Madrid (con 71), y Navarra y País Vasco que superan los 60 puntos. ¿A qué se debe esta fuerte diferencia?

El estudio señala que en dos de los seis segmentos en que se toman ratios la autonomía está muy por debajo de la media. Se trata por un lado en los relativos a la apertura externa, en que se incluye desde la transferencia tecnológica a la presencia de multinacionales y profesionales extranjeros, y la apertura interna, que se centra en la brecha social y laboral de las mujeres. Además, la región también obtiene mala puntuación en las vinculadas a las estructuras públicas, como la protección social, sostenibilidad de las finanzas públicas, gasto sanitario, medio ambiente y energías renovables

La única fortaleza que se revela en el análisis del Mapa del Talento de Cotec se encuentra en la valoración de los indicadores relacionados con las capacidades y vocaciones técnicas, aunque en este apartado la productividad por trabajador también lastra la puntuación. También en el área del conocimiento, aunque no logra situarse en la media, obtiene resultados más alentadores.

Los equipos de los tres proyectos emprendedores galardonados.

Emprender con impacto: de la huerta 'online' a cosmética ecológica

La marca de cosmética natural y ecológica Maminat, la tienda de comercio eléctronico para productores agrícolas de proximidad Mercat Horta Viva y la solución tecnológica para gestión de la eficiencia energética 'Impact-E' han sido elegidos entre los 15 proyectos de la aceleradora pública Col·lab

elEconomista. Fotos: eE

La aceleradora pública de empresas innovadoras con impacto Col·lab ya tiene los tres proyectos ganadores elegidos entre los 15 que participaron en su tercer programa de aceleración. La incubadora promovida por el Ayuntamiento de Valencia se centra en proyectos emprendedores que sean capaces de generar un triple impacto con su actividad: social, medioambiental y económico.

Impact-E, herramienta que facilita la definición, gestión y seguimiento de políticas de eficiencia energética en municipios: Mercat Horta Viva, tienda *online* que agrupa a pequeños productores de proximidad; y Maminat, marca de cosmética natural y ecológica elaborada con ingredientes mediterráneos han sido elegidos como los mejores proyectos de la tercera edición de los programas de aceleración de Col·lab.

Las firmas seleccionadas trabajan en Las Naves, el espacio impulsado por el Ayuntamiento de Valencia.

En el caso de Impact-E se trata de un proyecto del programa de preaceleración, centrado en iniciativas que están buscando la validación y el refuerzo de su modelo de negocio, categoría por la que recibió 3.000 euros. Mercat Horta Viva, incluida en la fase de aceleración al ya haber validado su modelo de negocio y en fase comercial, ha logrado 4.000 euros. por su parte Maminat fue reconocida como mejor *scale-up*, donde se incluye a las firmas en proceso de consolidación del equipo y crecimiento del modelo de negocio y ventas, por lo que obtuvo 5.000 euros.

Las 15 *startups* aceleradas presentaron sus proyectos en el *Demo Day* de la edición, tras seis meses de trabajo, en los que han recibido formación y mentorización por parte del equipo de la aceleradora de proyectos de triple impacto de Las Naves, centro de innovación del Ayuntamiento de Valencia. "Si tomamos como referencia las tres ediciones desarrolladas, en el último año y medio hemos trabajado con 34 *startups* y 160 personas, de 17 nacionalidades", destacó Mauro Xesteira, responsable de Col.lab.

Entre el resto de iniciativas de la tercera edición se encuentra un respaldo para reforzar la seguridad en patinetes eléctricos; una *app* que garantiza la distancia personal en el contexto de pandemia; unos pantalones que se visten desde arriba codiseñados junto a personas con discapacidad; un sistema para la gestión sostenible de organizaciones asociativas; tecnología para el desarrollo colaborativo de proyectos creativos; una plataforma de empleo vinculado a sostenibilidad; una red de asistencia a inmigrantes, o una herramienta de medición y reporte de las estrategias de sostenibilidad en las empresas.

Nueva edición

Col·lab ha dado inicio a la cuarta edición de sus programas, en la que impulsará 15 iniciativas, durante seis meses. Con estas incorporaciones, serán 44 las *startups* con las que se ha trabajado en el centro de innovación Las Naves del Ayuntamiento de Valencia. Todas ellas alineadas con el marco estratégico *Missions València 2030*, que guía la política de innovación pública en la ciudad. Entre las propuestas de la cuarta edición, se encuentran una firma de aparcamientos urbanos para bicicletas; plataformas de impulso del comercio de proximidad y de distribución de productos y servicios responsables y sostenibles; una iniciativa para poner en valor y proteger el patrimonio cultural y urbano y una *startup* que minimiza los impactos medioambientales de los eventos.

44 Son los proyectos emprendedores que han sido acelerados por Col·lab

Luis Freijo
Abogado y socio de Leal Estudio Jurídico

¿Puede reclamarme Hacienda si ya he presentado el cese de actividad?

Muchos empresarios están acudiendo alarmados a los despachos profesionales ya que han recibido una notificación de Hacienda o de Seguridad Social en la que les comunican el inicio de un procedimiento de derivación de responsabilidad frente a ellos, procedente de una sociedad que creían extinguida.

Y esta es la principal pregunta de los clientes, "si comuniqué el cese de actividad en Hacienda hace años… ¿Por qué me reclaman esta cantidad ahora? ¿Qué puedo hacer?"

Pues bien, lo que ocurre en la práctica habitual de muchas empresas es que la forma en la que se procedió a "liquidar" la empresa fue únicamente comunicar el cese de actividad en la Agencia Tributaria, pero no procedieron a la efectiva liquidación de la sociedad en sede mercantil, bien mediante un concurso de acreedores, o bien mediante la liquidación mercantil de la empresa.

Así, en cuanto la Agencia Tributaria advierte que existe una falta de actividad manifiesta por parte de una entidad, pone en marcha un mecanismo consistente en verificar si se cumplen los requisitos necesarios para iniciar una derivación de responsabilidad -en el caso de que existan deudas tributarias-. En concreto, la jurisprudencia ha determinado que existe una falta de actividad económica cuando el cese se produce de forma completa, irreversible y definitiva, sin ser suficiente con que exista una extinción formal conforme a Derecho.

Esto en la práctica supone que las empresas que no han sido correctamente liquidadas continúan vivas en el tráfico jurídico, por lo que si Hacienda o la Seguridad Social inician actuaciones frente a la empresa y ésta no responde se declarará fallida, abriendo la puerta a la derivación personal de la deuda al Administrador de la sociedad, esto es, a que el empresario tenga que pagar con su patrimonio personal la deuda de la empresa.

Una vez verificada la falta de actividad empresarial, el segundo de los pasos consiste en determinar quién es el administrador en el momento del cese -ya sea de

hecho o de derecho- y verificar si ha existido por su parte un incumplimiento de las obligaciones mercantiles que se le exigen, esto es, si se da la presunción de la responsabilidad.

Así, la responsabilidad no tiene carácter objetivo, es decir, que no se le podrá exigir esta a quien haya actuado diligentemente. Se entiende que existe una responsabilidad subjetiva cuando el responsable de una sociedad que haya cesado en su actividad no haya realizado las actuaciones necesarias para afrontar el pago de las deudas tributarias que ostente la entidad, y esto será así cuando no haya promovido el proceso de disolución y liquidación de la misma, pues es solo a través de este proceso que una sociedad puede realizar los actos necesarios para el pago de las obligaciones tributarias devengadas y pendientes de ingreso.

Por tanto, ¿qué debo hacer si soy el administrador de una sociedad y se ha producido el cese de actividad de la misma? La respuesta a esta pregunta es clara: en todos los casos debes proceder a la correcta disolución de la sociedad a fin de evitar que cualquier tipo de deuda pueda ser derivada al administrador, por lo que habrá que ver el estado de la mercantil a fin de comprobar si existen acreedores, o si la empresa se encuentra libre de deudas.

El 54% de los concursos de acreedores declarados en la Comunidad Valenciana en 2020 ha sido exprés

En el caso de que la empresa cuente con deudas pendientes, el primer paso es verificar si los bienes de que dispone la empresa son suficientes para atenderlas. Si este es el caso, se deberá proceder a la declaración de la disolución de la entidad y liquidación de la misma y, en última instancia, proceder a la extinción de la sociedad en el Registro Mercantil. Si, por el contrario, la entidad ostenta obligaciones que le son exigibles y no pueden ser atendidas, será necesario promover la declaración en concurso de acreedores.

En ese último caso en el que existen más deudas que bienes, se puede dar que una entidad no disponga de activos suficientes para asumir el propio proceso concursal -que conlleva unos gastos por sí mismo- o que no tenga siquiera bien alguno. En estos casos existe una fórmula legal conocida comúnmente como *concurso exprés*, que consiste en síntesis en la declaración y conclusión simultanea de un concurso -no llega a haber nombramiento de administración concursal ni procedimiento como tal- dando lugar a la inmediata extinción de la sociedad.

Con este mecanismo se consigue ahorrar mucho en costes, consiguiendo el fin último de solicitar el concurso de una entidad inactiva: cumplir con las obligaciones mercantiles que le son exigibles a un administrador, esto es, extinguir la sociedad de forma correcta. Este tipo de procedimientos ha crecido considerablemente durante el año 2020 en la Comunidad Valenciana, pasando del 48% en enero a más del 57% en diciembre. Así, el 54% de los concursos declarados en el 2020 ha sido exprés.

En este último supuesto en el que sea necesario solicitar la declaración de concurso, la pregunta que debemos hacernos es: ¿existe algún plazo para hacerlo? La respuesta es sí, tenemos dos meses con carácter general desde que se conoce el estado de insolvencia, si bien por la crisis sanitaria de la Covid-19 se ha establecido una moratoria de esta obligación hasta el 31 de diciembre de 2021. No obstante, cuidado, esta moratoria no es excusa para la Agencia Tributaria, pues esta no aplicará si lo que queremos es cerrar correctamente nuestra sociedad y evitar así cualquier tipo de derivación de responsabilidad.

En definitiva, en función de cuál sea la situación en la que se encuentre la sociedad, son múltiples las vías por medio de las que el administrador puede alcanzar la efectiva liquidación de la empresa, evitando así problemas futuros con la Agencia Tributaria.

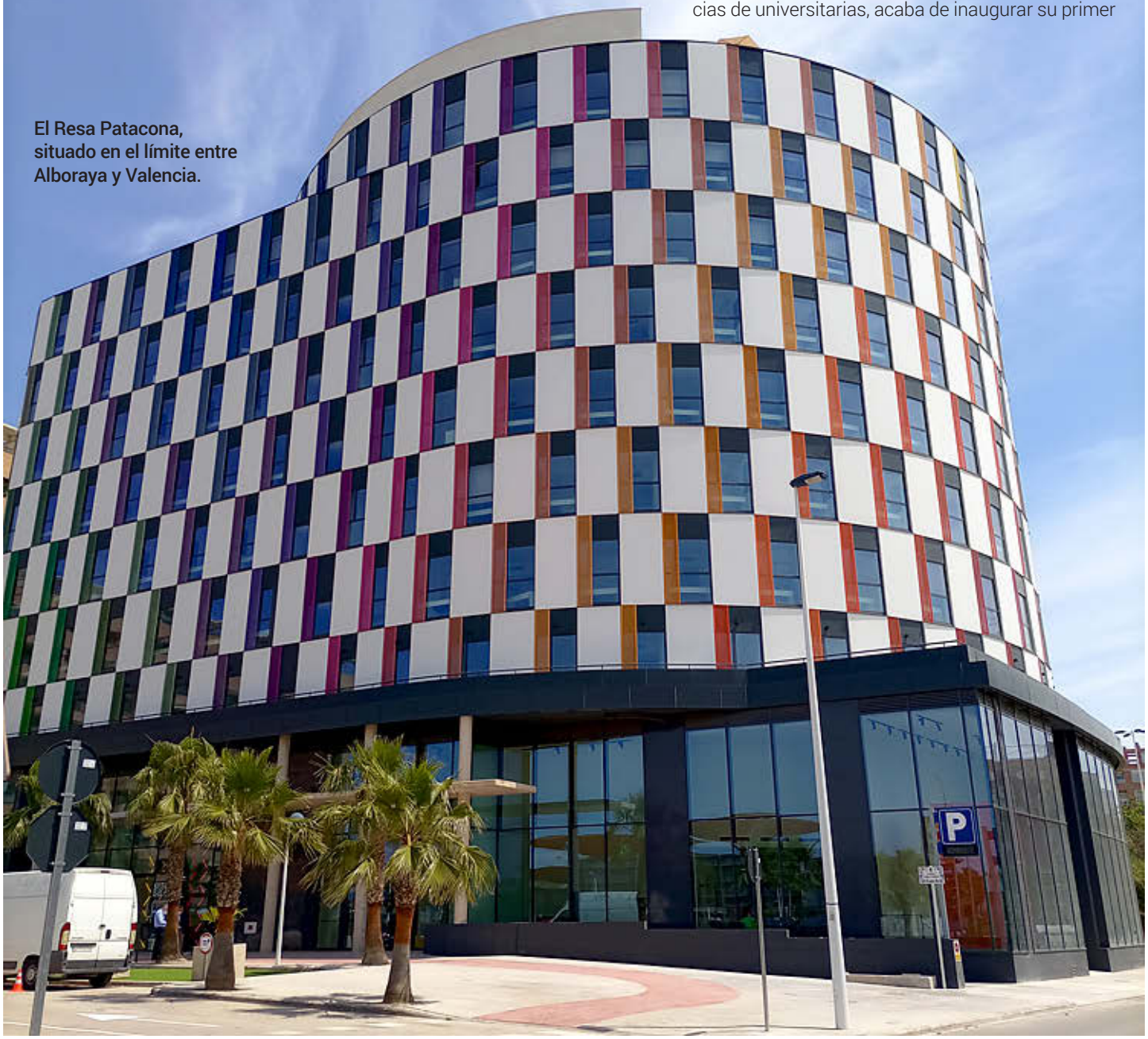
El gigante hotelero que busca atraer al turismo post-Covid

El mayor establecimiento de Valencia abre en La Patacona con la el punto de mira en nuevos tipos de viajeros, como los nómadas digitales del teletrabajo.

Á.C.Á. Fotos: elEconomista

Tras un año prácticamente en blanco para la mayoría de los hoteles de la Comunitat Valenciana, el turismo nacional empieza a reanimar a una las principales víctimas de la pandemia. Casi nadie duda de la fortaleza de la demanda de un sector que a pesar del traumático traspié del coronavirus es uno de los motores económicos más estables y potentes. Una muestra de ello es que con muchas restricciones en vigor en estos días ha abierto sus puertas el que se ha convertido en el mayor hotel por habitaciones de Valencia con el desembarco además de un nuevo operador en este sector en la ciudad.

El gigante inmobiliario estadounidense Greystar, propietario y gestor de viviendas en alquiler y residencias de universitarias, acaba de inaugurar su primer



El Resa Patacona, situado en el límite entre Alboraya y Valencia.

hotel en Valencia y el segundo que posee en España. Un establecimiento que se convierte en el mayor de la zona metropolitana de la capital al contar con un total de 442 habitaciones. La compañía estadounidense no es una desconocida en la ciudad, ya que posee a través de Resa dos residencias de estudiantes en Valencia.

Con esta apertura, el grupo busca enfocarse a varios perfiles distintos de clientes aprovechando tanto su ubicación en la playa de La Patacona de Alboraya, prácticamente en el límite con Valencia y muy cerca de los campus de Tarongers, como su propio equipamiento. Así, Resa Patacona prevé dirigirse tanto a turismo de playa, como urbano e incluso a personas que busquen combinar turismo y teletrabajo tras el fuerte auge en la pandemia y también ante la demanda embalsada. En cada una de sus ocho plantas además de las habitaciones ofrece espacios comunes, como cocina y comedores, además de otros reservados para el trabajo.

En el acto de inauguración participaron el secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer, y el alcalde de Alboraya, Miguel Chavarría, que destacó que se trata del primer hotel en La Patacona. El establecimiento inició su actividad con una ocupación limitada al estar en vigor las restricciones, la empresa espera incrementar su grado de ocupación tras levantarse los cierres perimetrales entre comunidades autónomas.

> El estadounidense Greystar tiene dos residencias universitarias de Resa en Valencia

Una larga reconversión

El inmueble, de más de 20.000 metros cuadrados, fue proyectado inicialmente para oficinas y la anterior crisis paralizó durante años su desarrollo. Posteriormente el proyecto se reconvirtió para darle uso como residencia de estudiantes aunque al final se ha reconvertido como hotel. En noviembre pasado Greystar, AXA y CBRE adquirieron el edificio en la fase final de construcción junto a otras tres residencias a la promotora Urbania en una operación valorada en 145 millones.

Greystar cuenta con un importante volumen de pisos en renta en Estados Unidos, donde es líder en este mercado con aproximadamente 693.000 camas bajo gestión. Al cierre del tercer trimestre de 2020 la firma contaba con una cartera de activos bajo gestión de más de 37.200 millones de dólares (alrededor de 30.000 millones de euros) entre los que se incluyen residencias de estudiantes y apartamentos.

La piscina del complejo, ubicado muy cerca de la playa.

Entrada y recepción del establecimiento.

Una de las cocinas y comedores comunes disponibles en cada planta.

Uno de los laboratorios del centro tecnológico Aimplas en Paterna.

La Agencia Valenciana de Innovación triplica sus ayudas a proyectos

El organismo público destina 66,5 millones de euros a financiar proyectos de empresas y centros innovadores tras ampliar el Consell el techo de gasto previsto inicialmente.

elEconomista Fotos: eE

La innovación es una de las herramientas básicas en el camino hacia la recuperación económica. Y así lo ha reconocido la Generalitat Valenciana en sus presupuestos a través de la Agència Valenciana de la Innovació (AVI) al aumentar en un 43% el presupuesto inicial de la convocatoria de ayudas en concurrencia competitiva correspondiente a 2021. De esta forma, la cifra inicialmente prevista de 46,5 millones de euros se ha incrementado hasta 66,5 millones.

Si se compara con la anterior convocatoria del año 2020 el dinero destinado a estas ayudas crece en la práctica un 237%. Un crecimiento que según la propia AVI "pone de manifiesto el compromiso del Gobierno valenciano por potenciar la innovación orientada al tejido productivo de la Comunitat Valenciana".

Este aumento de los fondos asignados a los programas para el fortalecimiento y desarrollo del sistema de innovación de la Comunitat Valenciana se produce después de que el Consell autorizara, el pasado 9 de abril, la flexibilización de los límites plurianuales establecidos en la Ley de Hacienda para la concesión de estas ayudas. Tras analizar las solicitudes de ayuda recibidas al cierre de la última convocatoria competitiva, la Agència planteó al Ejecutivo autonómico una ampliación del techo de gasto con el fin de atender el mayor número de proyectos posible y evitar que iniciativas con una elevada valoración técnica se queden sin financiación. La Conselleria de Hacienda avaló esta propuesta

Los nuevos fondos se destinan, además, a los dos programas con mayor impacto en el tejido productivo, que son, a su vez, los más demandados por los agentes del Sistema Valenciano de Innovación (SVI). Los proyectos estratégicos en cooperación duplican su presupuesto y contarán con 28,2 millones de euros, frente a los 13,7 asignados inicialmente. Esta línea de ayudas respalda iniciativas de innovación con una inversión superior a los 500.000 euros en las que colaboren empresas, institutos tecnológicos y centros de investigación.

También crece un 56% la partida destinada a la consolidación de la cadena de valor empresarial. En este caso, el presupuesto máximo pasa de 9,9 a 15,5 millones de euros. La convocatoria de ayudas en concurrencia competitiva correspondiente a 2021 se ha saldado con 768 solicitudes, lo que supone un aumento del 54% respecto al ejercicio anterior.

Distribución

Inditex cierra cuatro tiendas en Valencia y Alicante

El grupo de *retail* y moda Inditex, propietario de cadenas como Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, o Stradivarius está acometiendo un plan de reestructuración por los efectos de la pandemia en su sector y el crecimiento de las ventas a través del comercio electrónico. En el caso de la Comunitat Valenciana, el grupo de Amancio Ortega ha anunciado el cierre de cuatro establecimientos entre los meses de junio y julio de varias de sus marcas. Las tiendas que cerrarán están ubicadas en Valencia, Ontinyent, Xàtiva y Alcoy.

Los planes de Inditex contemplan recolocar a 22 empleados afectados por estos cuatro cierres en otros establecimientos del grupo. Estos cierres no son los únicos que ha puesto en marcha en el último año el grupo textil, que en enero ya planteó desprenderse de una decena de locales en la región, dentro de su plan global para reducir su estructura en cerca de 400 puntos de venta físicos en todo el mundo. Sus planes incluyen que las ventas por internet alcanzarán más del 25% del total en 2022, desde el 14% de 2019, con una red de tiendas integrada más ágil y sostenible, que incorporará nuevas herramientas tecnológicas, con una superficie media por tienda más grande, mayores niveles de rentabilidad, y que crecerá entre un 4% y un 6% en tiendas comparables.

Cartón

Alpesa amplía su actividad en su factoría de Tavernes

La compañía Alpesa, fabricante de tubos, mandriles, anillas y palets sostenibles de cartón 100%, ha creado una nueva línea de negocio de corte y manipulación de papel y cartón en bobinas y formatos en su sede central de Tavernes de la Valldigna (Valencia).

Para implementar este nuevo servicio de corte y manipulación de papel y de cartón en bobinas y formatos totalmente personalizados, la compañía ha invertido un total de 500.000 euros en nueva maquinaria de corte con varias opciones de corte para todo tipo de papel.

Alpesa es una compañía que fabrica mandriles, tubos, cantoneras, anillas y desde el 2017 una línea innovadora de palets sostenibles de cartón 100% reciclado. Cuenta con una capacidad de producción anual de 45.000 toneladas al año, lo que le supone ser el mayor fabricante de la Península. Su fábrica principal se encuentra ubicada en la localidad valenciana de Tavernes de la Valldigna aunque cuenta con sedes en Martorelles (Barcelona), Puente Genil (Córdoba) y Alhama de Murcia (Murcia) desde las que da servicio a toda la Península. La compañía factura 26 millones de euros y cuenta con más de 160 empleados en la actualidad

Abogados

Director de Derecho Público en Valencia de Grant Thornton

José Díez Climent se une a Grant Thornton como nuevo director de Derecho Público en la oficina de Valencia de la firma de servicios profesionales, como parte del proceso de crecimiento de la firma en servicios jurídicos. Su dilatada experiencia en el ámbito del Sector Público consolida en el mercado valenciano la línea de Legal, ante lademanda creciente de estos servicios en esta región.

Díez ha trabajado durante más de diez años en el Sector Público, desempeñando distintas funciones como la de asesor jurídico en la Dirección General de Coordinación de Proyectos, en la Fundación Ciudad de las Artes Escénicas y en Teatres de la Generalitat o la dirección del Departamento Jurídico del Palau de les Arts. También ha sido director del Gabinete de la Conselleria de Infraestructuras y Transportes de 2007 a 2012. Y, además, ha trabajado como abogado del departamento de Derecho Público y Regulatorio de Andersen Tax & Legal, asesorando y defendiendo los intereses de distintas entidades locales, en el ámbito del Derecho Administrativo. El nuevo director desarrollará su labor en estrecha colaboración con otras áreas de la firma, tales como Consultoría y Auditoría de Sector Público, a fin de ofrecer un servicio lo más integral posible.

La saga empresarial de los Noguera: de los abonos a Port Saplaya

Una de las pocas empresas cotizadas valencianas, Libertas 7, ha saltado al continuo a la vez que celebra sus 75 años desde la creación de Forum Inmobiliario Cisneros. La familia Noguera, que arrancó sus empresas con los abonos y fue socia de Banco de Valencia, ha promovida con ella 7.300 viviendas

Á. C. Álvarez. Fotos: EE

Cartel publicitario de la fábrica de jabones de la primera mitad del siglo XX.

Uno de los apellidos ilustres de la burguesía empresarial valenciana del último siglo, el de la familia Noguera, celebra este año el 75 aniversario desde la creación de su sociedad Forum Inmobiliario Cisneros (Ficsa), el germen de Libertas 7, la sociedad de cartera de inversión e inmobiliaria a través de la que articula su actividad y una de las últimas empresas valencianas que resiste cotizando en Bolsa.

Las actividades de la saga empresarial se remontan al siglo XIX, cuando José Antonio Noguera Pla decidió ir más allá del comercio citrícola a través del puerto de Valencia y apostó por utilizar los barcos que iban cargados con naranjas a Argel y Marsella con guano -los residuos orgánicos de aves que se utilizan como fertilizante- y abono químico, respectivamente. El sería también el fundador de una fábrica de abonos en el Grao de Valencia que luego se transformaría en factoría química y de aceites y jabones, que también llevarían el apellido como marca. También haría sus pinitos como promotor, con el desarrollo de viviendas en pleno Ensanche de la ciudad del Turia.

Su sucesor, José Antonio Noguera Bonora, ampliaría los negocios familiares a una de vajilla y loza, y durante la Segunda República y la Guerra Civil en una de sus casas en Porta Coeli Manuel Azaña escribiría Cuadernos de la Pobleta. Su hermano Vicente impulsó la compra en 1927 de Banco de Valencia a un industrial asturiano, José Tartiere. Hasta la desaparición del banco hace unos años con la última crisis financiera y su absorción por parte de La Caixa tras su intervención, el apellido Noguera ha estado ligado a la entidad. De hecho, Libertas 7 mantenía un 5% de su accionariado y la quiebra de la entidad ha sido uno de los sabores más amargos de las últimas crisis.

El tercer hermano, Antonio, fue el fundador de Forum Inmobiliario Cisneros (Ficsa). Tras el vendría Alvaro Noguera Giménez, promotor de la urbanización Port Saplaya en Alboraya y uno de los socios fundadores del diario El País. Padre de la generación que gestiona actualmente Libertas 7, además de un amante de los soldaditos de plomo, una pasión que

Alejandro Noguera, Agnes Noguera, Agnes Borel y Pablo Noguera.

le llevó a comprar parte de la colección de la familia Rockefeller y creó el Museo de Soldaditos de Plomo que hoy se puede visitar en el antiguo palacio del Marqués de Malferit en la calle Caballeros de Valencia con sus más de 100.000 figuras y juguetes recopilados.

Tras haber sobrevivido a crisis como la del petróleo, la del 92 o la financiera de 2008 que se llevó por delante a uno de los emblemas de sus inversiones, Banco de Valencia, Libertas 7 también ha superado la pandemia del Covid. "De nuestras cuatro promociones en marcha, prácticamente están vendidas todas las viviendas en dos y las otras marchan a buen ritmo de ventas", señaló la consejera delegada de la empresa. El grupo familiar quiere seguir apostando por la promoción tras desarrollar 7.296 viviendas en Valencia y su entorno en estos 75 años.

Donde los efectos de la pandemia han sido más negativos ha sido en el sector turístico, por el que precisamente la firma apostó con fuerza para diversificar poco antes de la irrupción del coronavirus y asumió un hotel en Valencia con la marca Sea You. El coronavirus paralizó ese establecimiento al igual que sus planes de crecimiento, aunque Noguera destacó que se mantienen y su intención es incorporar la gestión de más hoteles, aunque siempre con el concepto de hotel boutique y no grandes establecimientos. Además, el grupo mantiene en alquiler algo más de 70 apartamentos turísticos en Port Saplaya, que con 1.602 viviendas y apartamentos fue uno de sus proyectos estrella.

En cuanto a su área de inversión, la recuperación bursátil tras el impacto inicial ha limitado los efectos de la crisis en su área de cotizadas. Libertas 7 también creó Amaltheia para invertir en empresas no cotizadas del sector agroalimentario, donde tiene una participación en la marca de zumos funcionales Via Nature, de AMC Group. "Hemos estudiado muchas inversiones, pero es cierto que se ha convertido en un sector en que hay mucho interés y no tenemos prisa", comentó Noguera.

En el mercado continuo

Tras décadas cotizando en mercados secundarios, este año ha dado el salto al mercado continuo. Su intención es aumentar el 15% actual de *free float*. Noguera considera que esa apuesta por la Bolsa no choca con la intención de mantener el carácter familiar y la independencia de la compañía como hasta ahora.

Port Saplaya, con más de 1.600 viviendas y apartamentos construidos.

Carlos Prades
Presidente de la Federación Valenciana de Empresarios
del Transporte y la Logística (FVET)

El impulso al transporte no ha llegado todavía

El significado de las palabras se adultera con facilidad, quedándose en palabras vacías en muchas ocasiones que lucen en discursos grandilocuentes, pero que poco tienen de verdad. Desgraciadamente esto lo vivimos los transportistas de forma recurrente cuando hablamos con los que rigen organismos gubernamentales sobre las necesidades de este sector, considerado como 'esencial' -porque lo somos- durante los meses más arduos de la pandemia, con aplausos y condecoraciones que, sin continuidad, se quedan en una bonita foto.

Recientemente ha vuelto a ponerse de manifiesto esta adulteración de las palabras con el primer borrador del Plan de Impulso a la Sostenibilidad del Transporte de Mercancía por Carretera. Si desgranamos por palabras este título, sabemos que "impulso" quiere decir movimiento, potenciación, es decir, motor de activación del sector y "sostenibilidad" abarca un concepto más genérico que, en este caso, se refiere a un seguido de medidas que buscan incrementar la competitividad del sector en términos económicos, sociolaborales y medioambientales. Con estas acepciones, este plan podrían ser la ansiada respuesta a las problemáticas que vivimos, pero ¿qué es lo que ha significado?

Conviene hacer memoria histórica, tan necesaria, para comprender el hastío del sector con este Plan, carente de significado. A principios de 2020, el Comité Nacional de Transporte de Mercancía por Carretera presentó un documento ante el Ministerio en el que desgranaban demandas y un conjunto de medidas urgentes para el sector del transporte, algunas que pretendían aplacar las consecuencias de la crisis que había traído el Covid-19, especialmente en su etapa inicial, y otras que se hacían eco de los problemas estructurales que padece el sector.

Ante el anuncio de un paro nacional que había convocado el Comité porque es insostenible mantener de forma continuada esta situación, recibimos una carta de la Secretaría del Ministerio considerando nuestras peticiones. En esta carta también se patentizaba un compromiso a no implementar ninguna euroviñeta ni cualquier cambio en tarificación de infraestructuras o la normativa de masas y dimensiones sin la aprobación de los transportistas.

También hablaban de clarificar el marco normativo existente en relación con la carga y descarga, tanto desde el punto de vista mercantil como laboral, abordando los problemas asociados a los tiempos de espera, la responsabilidad de las partes en el contrato respecto de estas actividades y los posibles riesgos laborales asumidos. En esta carta, constataban que iban a atender a otro de los escollos que pone en jaque a muchas empresas transportistas, la morosidad, y la urgente necesidad de establecer un régimen sancionador efectivo contra esta.

Transcurrido un tiempo, vemos que los procesos de urgencia se dilatan en el tiempo y que las decisiones "consensuadas" parece que se hayan convertido en decisiones "unilaterales". Hace algunos días, recibimos el primer borrador del Plan de Impulso en el que se esbozan 12 objetivos, sin mucho desarrollo y bastante abstractos, que pretendían dar respuesta a todo lo dicho anteriormente. Esta falta de concreción sobre, por ejemplo, la carga y descarga, el impulso a la digitalización o las ayudas para la renovación de la flota nos sorprende, no solo por el tiempo que ha transcurrido desde que alegamos la necesidad de respuestas más concretas, sino porque en algunas de las propuestas sí que se especifica de qué estamos hablando, aunque con el uso de vocablos que generan cierta confusión.

El Plan de Impulso a la Sostenibilidad del Transporte incluye en su borrador el polémico pago por uso de autovías

Este es el caso del pago por uso de las vías, donde se dice que se va a imputar al 'cargador contribuyente'. Sabemos que imputar al cargador el uso de las vías por parte de los transportistas significará que el coste añadido lo acabe asumiendo el transportista. No nos cansaremos de decirlo: el transporte de mercancías por carretera ya contribuye suficientemente vía impuestos a atender las necesidades de mantenimiento e inversión en infraestructuras viarias. Solo a través de la imposición específica sobre el combustible, los transportistas aportan más de 15 mil millones de euros todos los años a las arcas públicas.

Otra de las medidas con la que el Ministerio se desdice es la definición de un calendario para la implantación del camión de 44t y 4,5m de altura. Pensamos que la modernización y la renovación de la flota son medidas más estratégicas para el sector, que contribuyen a la descarbonización y la reducción de emisiones. De hecho, los transportistas estamos haciendo esfuerzos en esta dirección: tal y como recoge el Ministerio de Transportes, en 2019 las nuevas matriculaciones de camiones y furgonetas no dependientes de la gasolina o el gasoil han crecido un 67% con respecto al año anterior.

Parece que estos esfuerzos no se han tenido en cuenta ni si la incorporación de este vehículo pudiera suponer algún otro tipo de consecuencia para el sector. El camión de 44t y 4,5 metros tiene implicaciones en materia de seguridad vial, coste de infraestructuras e, incluso, sobre las propias estructuras de la empresa de transporte, con previsibles pérdidas de puestos de trabajo en un contexto de crisis provocado por el Covid-19. Entonces, ¿es ahora el momento?

Desde la conciencia de la importancia de este sector para la actividad económica del país, esperábamos que 'el impulso' viniera de una propuesta seria por parte del Ministerio tras repetirles, una y otra vez, cuáles son las necesidades de los transportistas. Esperábamos que 'consensuar' significara lo que es: llegar a un acuerdo entre dos partes y no la imposición de un criterio unívoco, por intereses que van más allá de la descarbonización o la modernización de las empresas transportistas. No se trata de discursos altivos y actos conmemorativos, se trata de trabajar, contra viento y marea, en pro de la economía de un país. Y de trabajo, contra viento y marea, sabemos mucho los transportistas.

Institutos Tecnológicos

Redit desarrollará un sistema de innovación en Colombia

La Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (Redit) y el Distrito Especial Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura en Colombia han firmado una alianza estratégica con el fin de mejorar a través de la I+D+i la competitividad de las empresas de esta región colombiana situada a orillas del Pacífico.

Gracias a este convenio, Redit y la Alcaldía del Distrito de Buenaventura generarán de forma conjunta información, tecnología y el conocimiento técnico-científico necesario para promover la creación de empresas innovadoras, la formación de profesionales en ciencia, tecnología e innovación y el fomento de la investigación en esas materias.

Las propuestas iniciales de la Red para mejorar la competitividad de la zona son, en primer lugar, la realización de un diagnóstico tecnológico de los sectores agropecuario, energético, turístico, logístico, maderero y forestal, que son los principales de esta zona. Además, ha propuesto la creación de un Observatorio de Tendencias que supondrá la creación de un sistema de vigilancia tecnológica para que la región pueda contar con una plataforma de escucha activa a nivel mundial al entorno tecnológico y a los sectores empresariales claves del distrito colombiano del Valle del Cauca.

Air Nostrum

Vuelos regulares desde el aeropuerto de Castellón

La primera conexión de Air Nostrum desde el aeropuerto de Castellón será una ruta con Sevilla, que operará este verano durante seis semanas, entre el 28 de julio y el 3 de septiembre, con dos frecuencias semanales, en miércoles y viernes.

En 2022 y 2023 está previsto que la aerolínea opere la ruta durante 20 semanas dentro de temporada de verano (entre el 1 de abril y el 30 de octubre), con dos frecuencias semanales.La puesta en marcha de esta línea se realiza después de que la compañía se presentase al concurso convocado por la empresa pública Aerocas para poner en marcha una línea nacional, por la que la Generalitat abonará hasta 800.000 euros durante los tres años previstos.

Air Nostrum es una de las compañías aéreas que ha solicitado acceder al fondo de rescate puesto en marcha por el Estado a través de la Sociedad Española de Participaciones Industriales para obtener financiación con la que hacer frente al desplome de sus actividad durante el último año. La aerolínea valenciana ha solicitado en total 103 millones, tras registrar pérdidas por 129 millones de euros durante el último año y aplicar un plan para reducir sus gastos y los salarios de su plantilla.

Finanzas

CaixaBank renueva su convenio con Cámara Valencia

Cámara Valencia y CaixaBank han renovado el acuerdo de colaboración que iniciaron en 2013 con el objetivo de promover la actividad económica y empresarial y fomentar la internacionalización, la competitividad y la formación, mediante productos y servicios de apoyo de las empresas, autónomos y emprendedores de la Comunitat Valenciana.

CaixaBank ofrece a los socios del Club Cámara una línea de financiación superior a los 2.000 millones de euros. El convenio entre ambas entidades contempla, además, la organización de acciones conjuntas dirigidas a todas las empresas valencianas.

Hasta la fecha se han firmado, a través de este acuerdo de colaboración, un total de 8.491 operaciones de financiación con empresas socias del Club Cámara por 3.147 millones de euros. El convenio entre Cámara Valencia y CaixaBank facilita la financiación a las empresas valencianas, apuesta por la creación de nuevas compañías y la formación, apoya al pequeño comercio e impulsa la internacionalización, ayudando a iniciarse a los que no exportan y consolidarse a los que ya mantienen relaciones con el exterior. A través de este convenio de colaboración, CaixaBank ha participado en 67 actividades empresariales con más de 3.846 participantes.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de elEconomista.es

Digital 4.0 | Factoría & Tecnología
elEconomista.es

Franquicias | Pymes y Emprendedores
elEconomista.es

Comunitat Valenciana
elEconomista.es

País Vasco
elEconomista.es

Andalucía
elEconomista.es

Transporte
elEconomista.es

Seguros
elEconomista.es

Inversión a fondo
elEconomista.es

Pensiones
elEconomista.es

Turismo
elEconomista.es

Alimentación y Gran Consumo
elEconomista.es

Buen Gobierno | Iuris&lex y RSC
elEconomista.es

Agua y Medio Ambiente
elEconomista.es

Capital Privado
elEconomista.es

Energía
elEconomista.es

Catalunya
elEconomista.es

Inmobiliaria
elEconomista.es

Agro
elEconomista.es

Sanidad
elEconomista.es

Disponibles en todos los dispositivos electrónicos

Puede **acceder y descargar** la **revista gratuita** desde su dispositivo en **https://revistas.eleconomista.es/**

MARI CARMEN BAÑULS

Directora general de Ricard Camarena Grupo

La gestora tras los fogones de las cocinas de Ricard Camarena

Lograr convertir el arte gastronómico en un negocio rentable no es fácil de conseguir. Las dos estrellas Michelin del chef valenciano Ricard Camarena han alcanzado también el equilibrio empresarial gracias a la labor de su mujer al frente del día a día de la empresa familiar

Por Á. C. Á.
Fotos: eE

Los grandes cocineros se han convertido en los últimos años en grandes referentes sociales y culturales gracias a programas televisivos de éxito y su contribución a la marca España. Pero muchos casos recientes demuestran que incluso los grandes reconocimientos en el mundo gastronómico no siempre conllevan de forma automática el éxito empresarial de los chefs.

Uno de los cocineros valencianos de referencia, Ricard Camarena, ha encontrado la receta para combinar su genialidad en las cocinas con el desarrollo de sus restaurantes gracias a la labor en la gestión que desarrolla su esposa y directora general de su grupo gastronómico, Mari Carmen Bañuls. Juntos han acumulado en los últimos 20 años la experiencia de poner en marcha directamente o asesorar la puesta en marcha de una docena de restaurantes, empezando por el arrendamiento del local de la piscina de Barx en que dio sus primeros pasos al primer Arrop en Gandía, para instalar después establecimiento tanto en España como en países como México.

Una experiencia que, como reconoció recientemente la propia Bañuls en una jornada organizado por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universitat de València, se quedó corta para afrontar la realidad que ha supuesto la pandemia a los 5 restaurantes que ambos gestionan entre Valencia y Madrid. "Ha sido el master más caro, pero en el que más he aprendido", recalcó al recordar unos meses en que la situación prácticamente cambiaba cada semana.

Precisamente la pandemia sirvió para poner en marcha casi a la fuerza un proyecto que Camarena tenía en mente desde hacía tiempo, pero no era prioritario, el Canalla Exprés, que se reconvirtió en Canalla Delivery. "Es otro negocio totalmente distinto, parece que todo es dar de comer, pero es otro formato, durante dos semanas nos costó entenderlo", apuntó. "El *delivery* ha venido para quedarse y va a ser un canal que nos ayudará", consideró.

De hecho, tras lo vivido con el Covid y lo aprendido en estos meses, el grupo estudia dar un salto más. La directora general de Ricard Camarena Grupo, reconoció que el fuerte auge del negocio de comida para llevar o *delivery* durante estos meses ha llevado a la firma familiar a plantearse crear cocinas ciegas o *dark kitchen*, destinadas específicamente para este negocio y sin restaurante tradicional. "Son proyectos que están encima de la mesa, tanto a nivel de Valencia como nacional. Se están estudiando, pero es complicado. Para nosotros el *delivery* tiene que tener los mismos niveles de calidad del restaurante y eso es difícil", comentó Bañuls.