

Revista mensual | 26 de marzo de 2021 | N°66

Comunitat **Valenciana**

elEconomista.es
15 Años

“RECHAZAMOS EL 30% DE LAS SOLICITUDES DE PRÉSTAMOS DE LAS LÍNEAS COVID”

El IVF prevé conceder 2.000 préstamos bonificados y más de 500 participativos

A FONDO
LA ALIMENTACIÓN REFUERZA
SU PESO EXPORTADOR
TRAS LA PANDEMIA





Entrevista | P10

“Tenemos una demanda de 100 millones en préstamos bonificados”

Manuel Illueca, director general del IVF, explica los instrumentos financieros creados para apoyar a las empresas y la gestión para conceder esos créditos.



A fondo | P6

El agroalimentario ya supone el 22% de las exportaciones

La alimentación incrementó sus ventas al exterior pese a la caída de las exportaciones valencianas y superó al automóvil como mayor exportador regional.

Reportaje | P18

La suspensión de las Fallas deja en el aire un negocio de 700 millones

Sectores artesanales como las pirotecnias, la indumentaria valenciana y los artistas falleros intentan sobrevivir con desplomes de hasta el 90% de sus ingresos.

Industria | P30

El metal alerta del riesgo de desabastecimiento 'postcovid'

La subida de las materias primas, junto con los costes del transporte marítimo y la escasez de algunos productos empieza a generar problemas a las empresas.



Transporte | P14

Stadler, a toda máquina con el contrato de 1.000 millones de Renfe

La factoría valenciana cuenta con una cartera de más de 2.500 millones y diversifica su catálogo con los nuevos Cercanías.



Distribución | P26

Consum acentúa su digitalización con la inteligencia artificial

La cooperativa valenciana de supermercados trabaja con la 'startup' Solver y la multinacional Algomny en nuevos proyectos.

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



Otro suspenso en la eterna asignatura pendiente de la reforma de la financiación

La reforma del modelo de financiación autonómica que caducó en 2014 y desde entonces es vital para todos los partidos y agentes sociales valencianos sigue sin ser una prioridad en la agenda política estatal. Pese a la sintonía entre el Botánico que preside Ximo Puig y el Gobierno de Pedro Sánchez con Podemos, lo cierto es que los avances conseguidos por el líder socialista valenciano hasta ahora con la ministra María Jesús Montero recuerdan a los del popular Alberto Fabra con el entonces ministro de Hacienda de su propio partido, Cristóbal Montoro. Todos reconocen que el actual sistema perjudica a la Comunidad Valenciana y no es equilibrado, pero siempre hay otras prioridades que atender.

La semana pasada el presidente valenciano volvió a obtener como respuesta a esta reivindicación un nuevo aplazamiento en Madrid. Montero se comprometió "a agilizar en los próximos meses" la presentación de la propuesta del nuevo modelo, el punto de arranque para una negociación que lleva en el aire varios años. Unas buenas palabras que por desgracia a la sociedad valenciana ya le suenan y no tranquilizan precisamente.

■
Curso tras curso, como los malos estudiantes con los exámenes, se aplaza la solución para el problema valenciano
 ■

Para muchos la financiación autonómica empieza a sonar como esa eterna asignatura pendiente que los malos estudiantes dejan curso tras curso sin ni siquiera presentarse al examen.

La falta de una fecha clara para la reforma de un sistema que ha generado una infrafinanciación prolongada de las arcas autonómicas valencianas puede convertirse en un nuevo motivo de tensión entre socialistas y Compromís en la Generalitat. El partido valencianista había dado su apoyo a la investidura de Sánchez en el Congreso de los Diputados después de arrancar un plazo, ocho meses, para que se iniciase el proceso de reforma. 14 meses después el estado de alarma por el coronavirus primero, las elecciones catalanas después y ahora con las madrileñas en el horizonte nadie quiere abrir el melón de la financiación autonómica.

Sin embargo, el tiempo sigue corriendo y con él el volumen de deuda autonómica valenciana que roza los 50.000 millones. Aunque los fondos extra del Estado por la emergencia han supuesto un bálsamo momentáneo, el gasto público extra para combatir el coronavirus, con unos presupuestos regionales de récord de nuevo para este año y en un contexto económico en que aún no se vislumbra una recuperación sólida y continuada tampoco soplan a favor de la Administración valenciana. La pandemia puede justificar ciertos retrasos, pero precisamente en un momento en que será más necesario un impulso público sostenido para dejar atrás la crisis el ancla del actual sistema y de su deuda pueden agravar las dificultades.



Efe

El portazo de Toni Cantó deja a Ciudadanos a la deriva

La marcha del líder en la Comunidad Valenciana de la tercera fuerza política más votada en las últimas elecciones autonómicas, Ciudadanos, ha dejado al descubierto los débiles cimientos del partido en la autonomía. Pese a contar con 17 diputados en Les Corts, los mismos que Compromís, su fractura es evidente tras la salida del que hasta ahora era su portavoz.

30 de marzo
con **elEconomista.es**



**La guía del tejido
productivo español**

Ranking elaborado por **INFORMA**

La alimentación asume el trono de la exportación regional 'postcovid'

Las ventas de productos agroalimentarios valencianos crecieron frente a la caída generalizada de la exportación y han rebasado al automóvil, el tradicional dominador. El equipamiento de vivienda y el material eléctrico también emergen con fuerza

Ángel C. Álvarez.

El coronavirus supuso un giro radical a la actividad económica en 2020 y todo apunta a que algunas de las tendencias que ha marcado se van a mantener una temporada. Las exportaciones de la Comunidad Valenciana, una de sus grandes fortalezas al permitir a la economía regional cosechar año tras año superávit comercial, no han sido ajenas a este vuelco. El principal ganador del nuevo contexto ha sido el sector agroalimentario, pero no es el único. Industrias como la cerámica y el equipamiento de vivienda y los bienes de equipos vinculados a la energía han despuntado y se encuentran con nuevas oportunidades tras la pandemia.

El sector agroalimentario valenciano logró incrementar su negocio internacional más de un 10% en 2020 en una coyuntura como la del Covid, en la que las exportaciones valencianas menguaron un 8,1%. Con un valor de más de 6.586 millones de euros, alimentación y bebidas supusieron el 23% de todo lo que la Comunidad Valenciana vendió a otros países, cuando un año antes representaba el 19,2%, por detrás de la industria de la automoción. Las tor-





Un centro logístico del azulejo en Xilxes (Castellón). eE

nas se han dado la vuelta y la agroalimentación representa ya casi cuatro puntos más que los coches y sus componentes en el negocio internacional.

La Comunidad Valenciana es la mayor productora de cítricos de España, con alrededor del 48%, una variedad que es el principal producto agrario de su territorio al suponer el 36,5% del total. Pero además, según refleja el *Observatorio sobre el sector agroalimentario de las regiones españolas de Cajamar* también es la tercera autonomía por producción de plantas y la quinta en vegetales frescos. Según ese estudio, el sector agroalimentario valenciano es el tercero más importante en España, solo por detrás de Andalucía y Cataluña. Con un peso en la economía de 9.817 millones de euros, representa el 9,6% del Valor Añadido Bruto (VAB) agroalimentario del país y el 9,4% de la economía valenciana. Un sector que según las cifras obtenidas para el Observatorio por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) genera en la Comunidad Valenciana 252.955 puestos de trabajo, el 12,6% del total del empleo regional.

El alza de las ventas al exterior de productos alimentarios valencianos fue el doble que el que registró el sector en toda España. Un indicador claro de las oportunidades que puede tener el sector valenciano si sabe consolidar el tirón internacional logrado por la crisis sanitaria. “En el período de confinamiento del inicio de la pandemia, la población ha elevado su gasto en alimentación, como producto esen-

cial, y ha variado sus preferencias hacia un consumo de productos más sanos -frutas y hortalizas, sobre todo frescas, zumos- y aquellos con posibilidad de almacenamiento -conservas, preparados alimenticios, arroz, aceite de oliva-”, destaca el informe *Los productos exportados por la Comunidad Valenciana: Oportunidades post-Covid* elaborado por Cámara Valenciana y CaixaBank. Ambas entidades sitúan a este sector como motor del comercio internacional valenciano en los próximos años por su resiliencia.

6.586

Millones de euros supusieron las ventas exteriores del sector agroalimentario autonómico

En el año de la pandemia los principales países de destino de las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad Valenciana fueron Alemania, con un 22,8% sobre el total y un incremento del 20%, Francia con el 17,4%, Italia con un 8,6%, Reino Unido con un 6,7%, y los Países Bajos con el 4,9%. Todos mercados europeos.

“La pandemia ha reforzado el papel estratégico del sector agroalimentario valenciano en el abastecimiento del mercado europeo, pero también ha estimulado cambios en las prioridades del consumidor final: mayor calidad del producto y de la seguridad

alimentaria y fitosanitaria. El exportador debe de apostar por la Marca España, por su buen posicionamiento en los mercados internacionales y por productos relacionados con la dieta mediterránea", señala el documento de Cámara Valencia.

Además, la crisis sanitaria ha permitido plantear un "reequilibrio de las relaciones entre los eslabones de la cadena agroalimentaria, apostando por la integración vertical, y fomentando los canales cortos de comercialización", apunta. También alerta de los riesgos futuros con "los acuerdos comerciales de la Unión Europea que suponen una progresiva apertura del mercado europeo a productos agrarios de terceros países. Por ello, el sector agrario y la industria alimentaria valenciana debe de prepararse para ser más eficiente, invirtiendo en innovación para avanzar en la digitalización -donde el relevo generacional juega un papel importante-, la eficiencia energética, y sostenibilidad", añade.

La postpandemia ha coincidido con un cambio coyuntural que también puede impulsar al agro valenciano precisamente en uno de los mercados mundiales donde el factor calidad es más valorado, el estadounidense. La llegada de Joe Biden a la Casa Blanca ha permitido levantar los aranceles que las-

El levantamiento de los aranceles de EEUU es una oportunidad para las exportaciones alimentarias

traban la exportación de varios productos españoles por la guerra comercial con la Unión Europea, al menos por cuatro meses. Según explican desde el sindicato agrario La Unió, la medida suponía aranceles adicionales del 25 % que afectaban a los cítricos, el aceite de oliva envasado, la carne de porcino, vinos envasados con menos de 14 grados, aceitunas verdes, quesos o conservas de moluscos.

En el conjunto de las exportaciones agroalimentarias valencianas Estados Unidos hasta ahora no supone un volumen significativo y por ello el daño por esta subida arancelaria era limitado. Un estudio de las Cámaras cifraba en 40 millones las ventas anuales al país norteamericano afectadas por esas barreras, fundamentalmente vino, aceitunas, limones y aceite de oliva. Pero para productores y comercializadores se abre una oportunidad para recuperar ese mercado en casos como el de los cítricos.

Desde La Unió explican que la última campaña ya con los aranceles de Trump apenas se exportaron 45 toneladas. Antes de esos recargos, las ventas a ese mercado ya se habían desplomado, desde las más de 60.000 toneladas de 2010 a poco más de 9.000 en 2018. Y es que en la práctica las condicio-

Las ventas valencianas al exterior



Millones de €

SECTORES	2020	VARIACIÓN 2019-2020 (%)
Alimentación y bebidas	6.583,3	10,1
Cítricos	2.463,3	14,3
Productos energéticos	893,6	-32,2
Materias primas	613,4	-1,6
Semifacturas no químicas	4.444,9	0,7
Productos cerámicos	2.992,8	4,6
Productos químicos	3.893,4	-8
Plásticos	1.158,6	-2,9
Fritas y esmaltes cerámicos	802,2	-4,6
Bienes de equipo	3.217,1	-9,3
Automóvil	5.502,8	-20,7
Vehículos	4.570,6	-19,8
Componentes	932,2	-25,3
Bienes de consumo duradero	617,4	-9,7
Mueble	494,2	-10,2
Manufacturas de consumo	2.738,3	-17,1
Textiles	855,6	-8,3
Calzado	989,5	-19,2
Juguete	189,7	-9,1
TOTAL	28.623	-8,1

LOS MAYORES DESTINOS

PAÍS	2020	VARIACIÓN 2019-2020 (%)
Alemania	4.106,6	-5,2
Francia	3.737,8	0,9
Estados Unidos	2.254,0	-7,5
Italia	2.235,6	-10,6
Reino Unido	1.961,7	-23,8
Portugal	1.355,1	0,5
Países Bajos	892,5	2,2
Polonia	678,1	-7,3
Marruecos	650,1	-14,5
Bélgica	627,7	7,4

Fuente: Sec. Estado de Comercio con datos de Aduanas.

elEconomista

nes ordinarias exigidas a los cítricos españoles ya suponen un importante obstáculo. "Nuestras clementinas están gravadas allí con un arancel de 1,9 centavos por kilogramo, mientras que las procedentes de países como Australia, Canadá, Chile, Israel, Marruecos, México o Perú están exentas al tener fir-



Líneas de montaje de Ford en Almussafes. eE

mados con EEUU acuerdos de libre comercio", indican desde el sindicato agrario, que ha pedido al Ministerio de Agricultura que se aproveche para negociar un nuevo protocolo de exportación con Estados Unidos.

Los otros ganadores

El agroalimentario se ha convertido en el gran abanderado del comercio exterior valenciano, pero no es el único segmento que se ha revalorizado con esta crisis. La industria cerámica también ha dado muestra de músculo, con un incremento de sus ventas

Transformadores y convertidores eléctricos aumentaron las ventas al exterior más de un 50%

exteriores superior al 4% en 2020 pese a tener que parar sus hornos de forma obligada. Uno de cada diez euros de productos valencianos vendidos en otros países el año pasado fueron azulejos de arcilla *made in Castellón*. El sector también ha arrancado con fuerza este año, con un incremento en enero del 10,6%.

Para los técnicos de Cámara Valencia, uno de los segmentos con mejores perspectivas internacionales a medio y largo plazo son "los materiales de construcción, liderados por las baldosas cerámicas -es-

pecialmente en los mercados de Oriente Medio, Europa y Norteamérica-, pero también por semimanufacturas de madera y aluminio que incorporen innovación, tecnología y se alineen con la sostenibilidad medioambiental y la seguridad sanitaria".

En ese grupo también incluyen el equipamiento para la vivienda y el hogar por los cambios introducidos con el confinamiento. "Teletrabajo, redescubrimiento de actividades en el hogar, preocupación por un lugar limpio libre de virus, etc. Cambios que van a suponer oportunidades para redireccionar el gasto hacia la inversión en el hogar. Situación que se ha visto ya reflejada en el aumento de las exportaciones de muebles, colchones, almohadas, productos para cocina y baño -tanto de plástico como de cerámica-, vajillas y artículos domésticos, y que, con seguridad, se consolidará a lo largo de 2021", recoge el informe sobre sectores con más oportunidades internacionales tras la crisis.

El documento también apunta otro segmento de productos que experimentó un fuerte alza en 2020, el del material eléctrico vinculado a transformadores y convertidores eléctricos, que entre enero y octubre creció un 58%, hasta 322 millones de euros. De hecho, es la única partida del apartado de bienes de equipo que creció en 2020. La fuerte demanda de equipos vinculados a las renovables explica ese tirón, que todo apunta que puede mantenerse por las fuertes inversiones previstas para la descarbonización y la revolución energética.

Ford anticipa otro año negro para la automoción

El motor de la exportación valenciana durante la mayoría de la última década, la industria de la automoción, vuelve a revivir sus peores fantasmas. Después de que el año pasado la exportación se desplomara más de un 20%, con casi 1.500 millones de euros menos que en 2019, el tractor del sector valenciano, Ford ya ha anunciado su intención de aplicar un fuerte ajuste estructural en su producción en Almussafes para reducir su producción diaria de 1.640 vehículos a 1.360. Un nivel que en realidad en el último año apenas se ha llegado a alcanzar por el confinamiento primero y los continuos Ertes posteriores. Ahora la empresa plantea negociar la salida de 630 trabajadores, con lo que en el último año la mayor fábrica de la Comunidad Valenciana perdería casi un millar de trabajadores. Aunque el ajuste productivo responde sobre todo a la escasa demanda en Europa de tres de los cinco modelos que fabrica la planta, la estrategia de electrificación de la marca norteamericana en Europa genera inquietud. De momento ya ha anunciado fuertes inversiones en la planta de Colonia para el primer coche 100% eléctrico que montará en Europa, así como en su factoría de furgonetas en Turquía para introducir versiones con baterías.

MANUEL ILLUECA

Director general de Instituto Valenciano de Finanzas (IVF)



“Tenemos una tasa de rechazo del 30% en las solicitudes de préstamos bonificados”

El Instituto Valenciano de Finanzas (IVF) que dirige Manuel Illueca se ha convertido en una de las fuerzas de choque de la Generalitat ante el tsunami económico por el coronavirus. El IVF gestiona los préstamos para inyectar 100 millones a empresas y ha impulsado fondos y capital riesgo que espera que movilicen 174 millones

Por Ángel C. Álvarez. Fotos: Guillermo Lucas

El director general del IVF, Manuel Illueca, es uno de los cerebros financieros del Gobierno valenciano, que desde que llegó al cargo en 2015 ha tenido que lidiar con misiones como el rescate de la Sociedad de Garantía Recíproca (SGR) de la Comunidad Valenciana y la reconversión del propio Instituto.

¿En que ha modificado la pandemia y la crisis el papel del IVF?

Está claro que cuando todo el mundo se retira por la crisis tiene que haber administraciones públicas que vengán a paliar la caída de actividad. Igual que el ICO ha estado dando avales y fomentando la liquidez nosotros en nuestra medida de posibilidades también hemos trabajado en esa línea para apoyar a las empresas. Hemos desarrollado más nuestras políticas anticíclicas frente a lo que hacíamos antes, que nos centrá-

bamos en otras cosas, como promover iniciativas empresariales.

¿Se ha traducido esos cambios en el volumen de financiación de la entidad?

El grupo acabó el año pasado con 190 millones de euros de financiación, incluyendo lo que hace la Sociedad de Garantía Recíproca Afín-SGR en avales y nuestros fondos con financiación europea en áreas como financiación de *startups*. Hemos aumentado mucho nuestra actividad. Este año creemos que vamos a tener un papel bastante destacado por cómo van las cosas. En la línea de préstamos bonificados Horeca que sacamos a principios de año ya tenemos 33 millones de euros de préstamo con aval aprobado y demanda para unos 100 millones. Yo creo que vamos a superar los niveles del año pasado.

En el caso de la línea Horeca esa demanda ya dobla el presupuesto previsto

Sí, teníamos previsto 50 millones para prés-

2019, simplemente con eso ya estamos en esos porcentajes. Luego hay una exigencia que lo haría aún más restrictiva, que estén al corriente de pagos con la Administración cuando se solicite la ayuda, nosotros lo bajamos a haber cumplido en 2019. Eso sí, les pedimos que si no están al corriente de pagos con la Administración vengan con un acuerdo, porque lo que tampoco tiene sentido es que le inyectemos dinero para pagar a las administraciones, cuando lo que se busca es que vaya a sus proveedores y mover la rueda de la economía.

¿Está habiendo retrasos por falta de personal en la gestión?

Hemos podido completar el personal incorporando a 15 personas y estamos siendo más rápidos. Ya hemos puesto más de mil operaciones en manos de Afín-SGR y ya hemos resuelto 410. Ahora va a estar sobre la mesa un problema, que es la tarea administrativa que se viene encima a las comunida-

“Ya tenemos aprobados 33 millones de euros en préstamos bonificados Horeca y hay demanda para 100 millones”

“Va a haber un problema sobre la mesa: la tarea administrativa que se viene encima a las CCAA con las ayudas que gestionarán”



tamos bonificados y otros 50 millones para préstamos participativos. Si las ayudas del Estado se abren a otras actividades vamos a tener que ampliar y atender a más compañías. Nuestro producto con una parte no reembolsable ha sido muy bien acogido. Calculamos que tendremos unas 3.000 solicitudes y estimamos que unas 2.000 serán viables, con unos 60.000 euros de media por operación creemos que superaremos los 100 millones y estaremos cerca de los 125 millones.

¿Qué porcentaje de solicitudes se rechazan y cómo se está haciendo esa criba?

Estamos teniendo una tasa de rechazo del orden del 30%. Esa es la labor que se nos ha encomendado, cribar lo que creemos que tiene más capacidad y lo que no. En el caso del decreto del Gobierno exige beneficios y patrimonio neto positivo a las empresas en

des autónomas con las ayudas aprobadas por el Estado y que tendrán que gestionar. Nosotros le hemos dado la vuelta y acordamos un procedimiento de justificación para las operaciones de apoyo de circulante, que son el 95% porque la mayoría vienen a refinanciar. Hemos encontrado una vía de justificación sin solicitar facturas a las empresas que consiste en la comparación de balances al principio y al final del ejercicio en que aportamos la financiación, para ver así si se ha apoyado el circulante. Esa modificación dará mucha más agilidad y nos va a permitir justificar bastante dinero.

Además de los préstamos bonificados han sido pioneros con una línea de préstamos participativos. ¿Cuál es la diferencia?

En abril ya tuvimos claro que con una crisis con el desplome de la actividad como ésta íbamos a tener problemas generalizados de

solvencia. El año pasado ya pusimos en marcha una línea que llamamos participativos *coronavirus* con fondos Feder, a partir de la experiencia que teníamos con el sector del emprendimiento. Ahora vemos que por su situación financiera para muchas compañías con seis años no será suficiente para devolver el préstamo y además necesitan un complemento de fondos propios. Para eso están estos préstamos participativos, cuyo plazo se va a 15 años con dos de carencia y con un tipo más alto, para que las propias empresas se autoseleccionen. Su perfil es el de compañías que con pérdidas este año pueden entrar en causa de disolución. Con esa fórmula le aportamos liquidez y solvencia. La ayuda, el descuento del préstamo, se aplica cuando se ha devuelto el resto. Así, se condiciona la ayuda a que se garantice la supervivencia del proyecto.

¿Y si no se cumpliera con los pagos la deuda del IVF se podría transformar en capital?

200.000 euros igual para todos. Para empresas con 10 millones de negocio se quedan cortas para lo que necesitan de liquidez. Luego está el fondo de préstamos participativos como una alternativa de financiación de último recurso.

Entendemos que ahí hay un espacio que nosotros podemos cubrir como Gobierno que es el apoyo a la liquidez y solvencia con un único acto administrativo con nuestros préstamos para empresas medianas. Son operaciones como por ejemplo la que firmamos con el hotel Cap Negret de Moraira (Alicante). Es un hotel que necesita 900.000 euros para este año, por encima de lo que prevé el Gobierno, y que en la época precovid tenía una rentabilidad del 15%. Nuestro préstamo de 900.000 euros comporta una ayuda de 60.000 euros y se devuelve en seis años.

Desde las empresas y las patronales insisten en que más deuda no es la solución pa-

“Uno de los objetivos de las políticas públicas ahora debe ser permitir a las empresas seguir operando con los bancos”

“No consideramos en ningún momento entrar en el capital a través de los préstamos participativos”



No, no consideramos que eso sea una solución para las pymes. Es posible que hagamos entre 500 y 600 participativos y tenemos claro que no es lo que queremos ni creemos que esa sea nuestra función. Siempre iremos a recuperar la deuda, pero no con esa fórmula.

¿Va a participar el IVF en la gestión de las nuevas ayudas del Gobierno central?

Estamos estudiando precisamente que parte de las 3.000 solicitudes que tenemos se podrían acoger a las condiciones del Gobierno y con qué importes, comparados con los que estamos aprobando. Mi percepción es que son unas ayudas en términos generales muy generosas para empresas muy pequeñas y no tanto para las medianas. A partir de una caída de facturación del 50% y con una cifra de negocios a partir de 2,5 millones de euros en 2019 la ayuda es de

ra muchas empresas.

Los problemas de sobreendeudamiento no son nuevos de ahora. Se tienen que abordar con herramientas que permitan dotar a las compañías de más fondos propios que permitan al banco seguir funcionando con su cliente. Ese debe ser uno de los principales objetivos de las políticas públicas. Yo me he opuesto al programa de quitas obligatorias porque pone en peligro ese activo de las empresas que es su relación con los bancos. Será más difícil que las empresas españolas puedan apalancarse para la recuperación si no tienen al banco al lado. Por eso los participativos hacen un papel de modular la carga financiera a más largo plazo. Como siempre, habrá deuda que no es sostenible y a la que habrá que hacer frente con quitas y es bueno que haya unas pautas de acuerdo para actuar de forma coordinada. Otra vía son las ayudas directas.

Yo veo otro mecanismo necesario, que es apoyar la reinversión para después de la crisis y crecer otra vez. Las empresas van a tener un endeudamiento mayor del que tenían antes del coronavirus y si tienen que invertir para ser competitivas puede haber problemas. Me parece muy interesante el modelo francés de participativos para compañías que quieren invertir. Los préstamos se dan a través de las entidades financieras que luego venden un 90% del riesgo del participativo a fondos de capital riesgo con una garantía del Estado para atraer capital privado. Es una idea que yo copiaría porque una de las consecuencias que vamos a ver es un retraimiento de la inversión privada.

También está impulsando la inversión del IVF en fondos y capital riesgo.

Hemos puesto en marcha el fondo Impulsa con 25 millones de euros públicos y 35 millones de una gestora privada para reestructurar deuda de empresas con un instrumen-

to de mercado. Pero además buscamos impulsar las compañías que tienen que ser el motor de la economía valenciana tras la crisis. Ahí tenemos la estrategia de fondos de capital riesgo con Creix y dos fondos, uno en el que aportamos 35 millones con el que esperamos generar 72 millones, y 15 millones en otro en que esperamos una inversión de 45 millones en la Comunidad Valenciana. La primera inversión en la que ha entrado Creix es en la citrícola Llusar con MCH.

El hecho de que participe, aunque sea indirectamente la Generalitat, ¿no puede hacer que se vea un componente político en esas empresas?

A los fondos hay que verlos como una oportunidad para impulsar la industria. La Generalitat ofrece una herramienta para entrar en el capital y ayudar a acometer un proyecto

“Copiaría el modelo francés que permite a la banca vender participativos a fondos con una garantía del Estado”

“La única manera de que los fondos de capital riesgo se gestionen bien es que también haya inversión privada”



to de mercado. Pero además buscamos impulsar las compañías que tienen que ser el motor de la economía valenciana tras la crisis. Ahí tenemos la estrategia de fondos de capital riesgo con Creix y dos fondos, uno en el que aportamos 35 millones con el que esperamos generar 72 millones, y 15 millones en otro en que esperamos una inversión de 45 millones en la Comunidad Valenciana. La primera inversión en la que ha entrado Creix es en la citrícola Llusar con MCH.

En el pasado la experiencia del IVF en el capital riesgos se saldó con casos polémicos como Kelme

La diferencia es que Tirant, que fue el que invirtió en Kelme, era un fondo completamente público. Nosotros estamos montando fondos privados con gestión privada. La única forma de comprobar que esos fondos se van a gestionar bien es que haya inversión priva-

da y que esa gestión sea institucional, que sean inversores profesionales. Cuando yo entro en fondos con BEI, ICO o la banca tengo mucha más confianza que si fuese 100% mío. El IVF entra en fondos nacionales porque lo primero que queremos es que sea rentable y que esté bien diversificado geográficamente. Una vez dentro exijo que mi inversión por dos venga a la región. Con eso consigo dos cosas, que venga inversión a Valencia y también recuperar la inversión pública en el fondo. Creo que es una estrategia de gran futuro para la Generalitat y es el camino para apoyar a sectores fundamentales.

¿Considera que ya se ha cumplido el objetivo de convertir el IVF en un banco público?

Hoy es de facto un gestor de instrumentos financieros, con la línea de bonificados, participativos y los fondos. En operativa aún nos queda mucho por proceder para culminar el proceso para ser un banco promocional y de inversión, pero creo que ya es reconocible. Tenemos como horizonte acabar saliendo del perímetro SEC porque tenemos ya mucha actividad e ingresos privados, un consejo de independientes y tras la escisión que separamos la parte pública.

Un contrato de 1.000 millones que encarrila a Stadler

La adjudicación de parte del macropedido de Renfe para renovar Cercanías permitirá a la factoría valenciana crecer en plantilla y ampliar su oferta de trenes.

Á. C. Álvarez.



La factoría valenciana ubicada en Albuixech. Guillermo Lucas

Peter Spuhler, el presidente del consejo y principal accionista del fabricante ferroviario suizo Stadler, acaba de ver cumplida su principal ambición cuando a finales de 2015 esta firma prácticamente desconocida entonces en España se hacía con la factoría de Albuixech (Valencia) de Vossloh, que por su propia reestructuración optaba por desinvertir en la planta, como ya había hecho Alstom una década antes. En su presentación en la propia factoría entonces, Spuhler ya apuntó que el objetivo era entrar en los grandes contratos del operador estatal Renfe.

La filial valenciana del fabricante suizo lo ha conseguido con la mayor adjudicación de trenes de la historia de Renfe valorada en cerca de 2.500 millones de euros y que se ha repartido con Alstom. La factoría situada en el norte de Valencia será la encargada de ensamblar el pedido de 59 de los 211 trenes de sus redes de cercanías. Los nuevos trenes estarán destinados a ampliar la capacidad y renovar las

flotas de los Cercanías de Madrid y Barcelona, por lo que los trenes serán de gran capacidad. Los nuevos convoyes tendrán entre 900 y 1.800 plazas en función de su longitud, un 20% más que actualmente, para maximizar la oferta de cada trayecto, y wifi a bordo, como la flota de AVE.

En concreto, Stadler Rail Valencia montará 24 trenes de 100 metros de longitud y 35 trenes de 200 metros cada uno, por importe de 998 millones de euros. Se trata del primer contrato como tal con Renfe, aunque la planta valenciana antes de su compra por parte del grupo suizo ha sido proveedor de locomotoras y componentes de la empresa estatal. De hecho, ambos son socios en una empresa de mantenimiento, Erion. Este contrato también incluye las piezas de repuesto y los trabajos de mantenimiento por 15 años.

El contrato también incluye una opción para "44 unidades adicionales". Una opción que supondría alar-

gar muchos más años la carga ahora comprometida y que supone un importante espaldarazo a la instalación valenciana, que al cierre de 2019 contaba con una cartera de pedidos de cerca de 1.500 millones de euros, que tras los últimos encargos y el de Renfe ya supera los 2.500 millones

Los trenes incluirán vagones de dos pisos "con una longitud escalable de 100 a 120 metros y de 160 a 240 metros", según apuntó la compañía. Aunque la filial valenciana participará tanto en el diseño como en el montaje, estos modelos se basarán en el tren superventas de Stadler, el Flirt, que también cuenta con una versión de dos pisos, el modelo Kiss.

La planta valenciana, heredera de la actividad de la histórica Macosa, se ha centrado históricamente en la producción de locomotoras y 'bogies' o elementos de tracción de los trenes. También aprovechó la experiencia con Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana (FGV), la empresa pública que gestiona el metro y tranvía de Valencia y Alicante para saltar al sector del transporte ferroviario urbano con trenes ligeros y tranvías, un sector en el que ha extendido su actividad con Stadler que, por ejemplo, es uno de los fabricantes habituales del Metro de Berlín.

Con el contrato de Renfe ampliará su oferta a un nuevo segmento ferroviario, lo que le permitirá también optar con esta referencia a otros contratos en el futuro. De hecho, justo en pleno concurso de Renfe el año pasado el presidente de Stadler Valencia, Íñigo Parra, anunció que la matriz suiza había elegido Valencia para su nuevo centro tecnológico de "trenes regionales y cercanías para Norteamérica y sur de Europa".

Una decisión que supone incorporar a Valencia la tecnología de fabricación de cajas de aluminio, con una inversión de más de 40 millones de euros y la creación de más de 500 puestos de trabajo directos, con lo que ya esperaba situar su plantilla en alrededor de 1.700 empleados, el doble que cuando Stadler se hizo con la fábrica.

La filial valenciana tiene en ejecución contratos por 300 millones para renovar la flota del metro de Lisboa y los tranvías de Milán, además de un encargo de 60 nuevas locomotoras para Finlandia por otros 200 millones. La filial valenciana que facturó 261 millones en 2019, también se adjudicó recientemente el contrato de mantenimiento de la flota de de los trenes de la empresa pública del Gobierno balear Serveis Ferroviaris de Mallorca (SFM) por 15,2 millones y un plazo de cuatro años.

Trenes para Nápoles por 240 millones

Además, a factoría valenciana acaba de ganar en los tribunales italianos un contrato de hasta 40 trenes para las líneas férreas del Vesubio. El pedido

2.500

Millones de euros supera la cartera de pedidos de la filial valenciana tras la adjudicación

se había adjudicado a Hitachi en 2019 pero tras un recurso judicial y la decisión final del Consejo de Estado italiano será asumido por Stadler Valencia. El Ente Autonomo Volturmo (EAV), que gestiona las líneas que conectan las ciudades de las distintas provincias de Campania con el centro de Nápoles y el suburbano de esa ciudad, ha adjudicado a Stadler el acuerdo marco de 8 años para la producción y mantenimiento de 40 trenes eléctricos para servicios metropolitanos y suburbanos en las líneas de vía estrecha del Vesubio.

La adjudicación se produce después de una larga guerra judicial, ya que el contrato inicialmente se había encargado a otro fabricante, Hitachi, en 2019. Frente a los 240 millones de euros de la oferta de Stadler, su rival había presentado una propuesta más económica de 213 millones.



Baleària lanza su buque insignia de 90 millones para recuperar el pasaje

La naviera que redujo a la mitad sus viajeros el año pasado por la pandemia destinará el primer 'fast ferry' a gas natural en su línea de Denia a Baleares

Á.C.Á. Foto: eE



El nuevo 'Eleanor Roosevelt', un 'fast ferry' con motores de gas natural licuado y capacidad para 1.200 pasajeros.

Las restricciones a la movilidad por el coronavirus han convertido al sector del transporte de pasajeros en una de las grandes víctimas de la crisis del Covid19. Y los *ferris* no han sido una excepción. Baleària, la naviera con sede en Denia (Alicante) que preside Adolfo Utor, registró en su último ejercicio una caída en el tráfico de pasajeros que alcanzó el 52%, con 2,15 millones de viajeros. Un recorte que fue mucho menos pronunciado en el caso del tráfico de mercancías, con un descenso del 6%, e incluso con crecimiento en algunas líneas como las de Canarias, que llevaban poco tiempo en marcha. Una situación que supuso que los ingresos de la compañía en 2020 se redujeran una cuarta parte, hasta 342,2 millones de euros.

El fuerte recorte de los ingresos y la falta de actividad de pasajeros en muchas de sus líneas durante meses, como en el caso de las que comunican la Península con Marruecos y Argelia, llevó a la naviera con sede en Denia (Alicante) a registrar unas pérdidas de 15 millones de euros frente a los 27,4 millones de beneficio de 2019. Pese al temporal por la pandemia, el grupo ha mantenido un beneficio bruto de explotación (ebitda) positivo de 62,32 millones. Además, ha continuado con las inversiones en la renovación de su flota, sobre todo con la incorporación de su proyecto estrella: un ca-

tamarán *fast ferry*, el primero que usará como combustible gas natural licuado (GNL), construido en el astillero Armon de Gijón y que ha supuesto una inversión de 90 millones de euros. La naviera opera en 23 rutas con una flota de 29 barcos.

La compañía propiedad de su presidente, Adolfo Utor, y de Grupo Matutes, empezará a operar este

La naviera redujo sus ingresos una cuarta parte, hasta 342 millones, por la pandemia

nuevo buque, bautizado como *Eleanor Roosevelt*, en su línea entre Dénia-Ibiza-Palma durante el mes de abril. "Apostamos por las Baleares como destino con nuestro nuevo buque insignia, un *fast ferry* pionero a nivel mundial", señaló Utor. Una muestra también de la confianza en que se pueda recuperar el turismo para el próximo verano entre la península y Baleares y en que este nuevo barco, con capacidad para 1.200 pasajeros y 450 turistas, permita volver a recuperar el tráfico de pasajeros de la naviera en el que es su mayor mercado.

Energía

Iberdrola invertirá 235 millones en tres plantas fotovoltaicas



Iberdrola avanza en la tramitación de sus primeros proyectos fotovoltaicos en la Comunitat Valenciana, que sumarán una potencia instalada de 450 megavatios (MW) y representarán una inversión de más de 235 millones de euros. La compañía tiene prevista la construcción de dos plantas solares (PSF Ayora 1 y FV Cofrentes I) en el Valle de Ayora-Cofrentes, de 200 MW de capacidad instalada cada una, además de las infraestructuras de evacuación de energía, como una subestación y las líneas eléctricas necesarias para el transporte de la energía; y una tercera instalación de 50 MW (FV Alhorines) que se ubicará en la pedanía de La Encina, en la localidad de Villena (Alicante).

Las plantas proyectadas en la Comunitat sumarán casi un millón de módulos fotovoltaicos, involucrarán en periodos punta hasta a 1.450 profesionales, contribuyendo así a la reactivación de la economía local y a orientar empresas y empleo a sectores de futuro. Los proyectos cuentan, asimismo, con acuerdos con multitud de propietarios de los terrenos en las diferentes zonas.

Precisamente el Ministerio para la Transición Ecológica ha aprobado la renovación de la autorización de la central nuclear de Cofrentes hasta el 30 de noviembre de 2030, fecha de cese definitivo de explotación de la instalación de Iberdrola.

Comercio electrónico

Amazon levanta un almacén para repartir en Alicante



El gigante de la distribución *online* Amazon sigue extendiendo su red en España y ha anunciado que abrirá una nueva estación logística en Alicante que espera que esté plenamente operativa en verano de este año. El nuevo centro está ubicado en un inmueble de 8.000 metros cuadrados y se destinará a agilizar la *última milla* de su servicio, la fase final de entrega a los clientes tanto de Alicante como de otras poblaciones de su entorno.

Esta estación logística creará más de 60 puestos de trabajo fijos a tiempo completo y parcial, además de más de 300 oportunidades para los conduc-

tores de empresas de transporte colaboradoras de Amazon. En este caso, Amazon trabajará con cinco empresas de reparto locales para ayudarles a impulsar sus negocios al mismo tiempo que crean cientos de oportunidades de empleo, según ha explicado la propia empresa. El alcalde de Alicante, Luis Barcala, destacó la creación de más de 400 empleos directos e indirectos. "Amazon se ha instalado con un gran centro en la zona AP22 y es la primera empresa que se acoge a la tramitación prioritaria de licencias habilitada por el Ayuntamiento de Alicante para favorecer la implantación de empresas", señaló.

Innovación

Zeleros llevará una maqueta de su prototipo a la Expo de Dubai



Zeleros, la empresa que desarrolla un sistema de transporte basado en la tecnología experimental *hyperloop* escalable, ha presentado una maqueta de seis metros de largo de su prototipo de vehículo que se exhibirá a partir de octubre de 2021 en la Expo Dubai 2020.

El acto de inauguración se celebró en el Museo de las Ciencias de Valencia, con la presencia de Pedro Duque, Ministerio de Ciencia e Innovación y exastronauta de la Agencia Espacial Europea, y Ximo Puig, presidente de la Generalitat Valenciana.

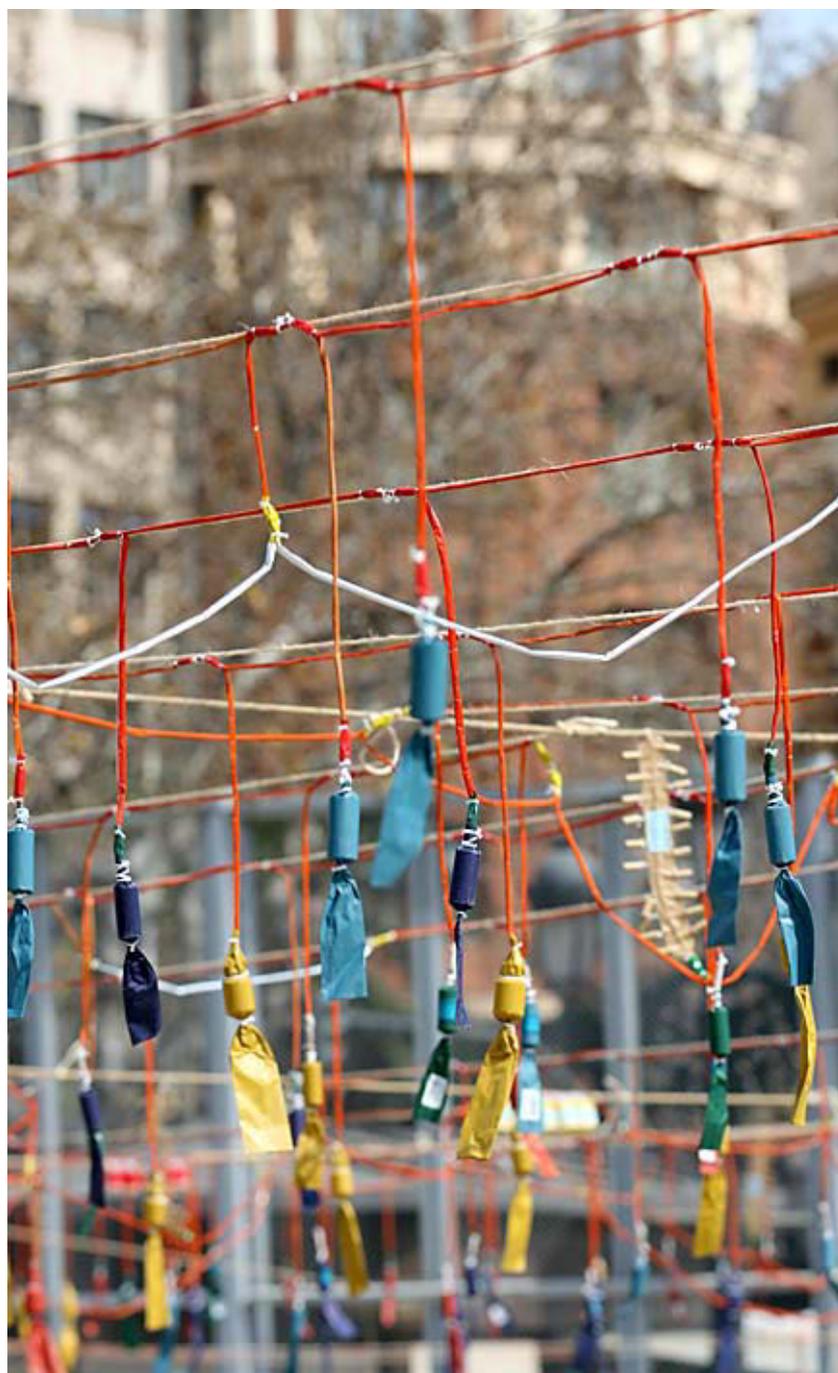
El vehículo muestra las principales tecnologías del sistema de transporte hyperloop de Zeleros, que destaca por su escalabilidad, ya que incluye la mayoría de tecnologías integradas en el vehículo -y no en la infraestructura- que harán que las rutas de larga distancia sean rentables y energéticamente eficientes, conectando ciudades como Barcelona con París en cuestión de minutos, a velocidades de hasta 1.000 kilómetros por hora.

La exposición universal de Dubai se celebrará de octubre de 2021 a marzo de 2022 y con el tema "Conectar mentes, construir el futuro".

Unas Fallas sin pólvora dejan un negocio de 700 millones en el aire

La cancelación por segundo año consecutivo de las fiestas grandes de Valencia supone un golpe muy duro para sectores falleros como el pirotécnico o el textil tradicional, que han visto desplomarse sus ingresos un 90% desde que irrumpió el coronavirus

Á.C.Álvarez. Fotos: Guillermo Lucas



Los tradicionales 'masquets' preparados para ser disparados en una 'masquetá'.

Las Fallas suponen para muchos valencianos una de las citas más importantes de todo el año y es uno de los momentos más álgidos de la actividad económica de sectores de la ciudad como la hostelería o los alojamientos. Por eso más allá del impacto social que supone la suspensión por segundo año consecutivo de las fiestas grandes de la capital y de muchos pueblos de toda la Comunidad Valenciana, su cancelación es un mazazo, especialmente para las empresas cuya caja depende en mayor medida de estas fechas.

Un impacto económico que el propio presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, llegó a cifrar en 700 millones de euros después de que el año pasado se suspendieran las fiestas casi en el último momento. Pero esa estimación podría quedarse corta. Un informe encargado por la Interagrupación de Fallas de Valencia hace más de una década valoró en 753 millones el impacto de la popular celebración en la capital valenciana. De ese importe hostelería y turismo representaban el grueso del negocio generado, con más de 540 millones. Por ejemplo, la Federación de Hostelería de Valencia ha llegado a cifrar entre un 5% y un 7% lo que supone la semana fallera de los ingresos de sus locales, con tres veces los ingresos de una semana ordinaria.

Pero su alcance se extiende mucho más allá y sus beneficios van a sectores que abarcan desde músicos a peluquerías, floristerías o empresas de alquiler de carpas y de autobuses. Unos efectos que también se extienden a la cancelación de otras grandes fiestas regionales, como la de La Magdalena en Castellón o las Hogueras en Alicante.

La crisis del coronavirus ya está teniendo sus efectos en la base misma del fenómeno fallero y el epicentro de estas fiestas: las comisiones falleras. Las entidades sociales formadas por vecinos que son las que contratan cada una de las fallas y toda una serie de actos festivos y cuya actividad no se limita solo a los días de marzo. El confinamiento primero y las limitaciones a los contactos sociales han afectado de lleno a su actividad cotidiana. El último censo de la Junta Central Fallera el pasado mes de enero recogió que en el último año se ha



Una parte de los monumentos que ya habían sido premontados continúan almacenados en los pabellones de Feria Valencia.

bían dado de baja de las comisiones 12.700 personas, mientras que apenas se habían registrado poco más de 2.000 altas, de los cerca de 100.000 censados un año antes. Es decir que en el año del Covid-19 la masa social se redujo un 10%, una cifra significativa si se tiene en cuenta que una de las fuentes de ingresos de las comisiones, y más en un año sin otras actividades, son precisamente las cuotas de sus miembros.

Subvención del Ayuntamiento

Los monumentos falleros y sus creadores, los artistas, han sido uno de los sectores más afectados por la situación. Aunque las comisiones son las que contratan la falla, una parte de ese importe es subvencionado por el propio Ayuntamiento de Valencia, habitualmente con hasta el 25%. Debido a la situación creada el año pasado y la falta de ingresos por la suspensión, el consistorio llegó a financiar hasta un 50% restante. Precisamente para evitar perder la subvención, muchas comisiones han optado por renovar los contratos, aunque el monumento que se debe plantar en la próxima edición es el mismo que se quedó embalado y a medio montar en 2020.

“El taller ha estado facturando un 25% de lo normal estos meses”, señala Carlos Carsí, creador de la última falla ganadora de la sección de Especial en 2019 con *La Antiga de Campanar* y uno de los 300 artistas del gremio. Al no haberse llegado a instalar la mayoría de las fallas del año pasado, muchos *ninots* es-

peran en los talleres una próxima edición para ser quemados. Solo en Valencia capital se levantan casi 800 fallas, incluyendo las infantiles, que el año pasado sumaban casi 8 millones de presupuesto total. Y aunque no alcanzan los presupuestos de las principales secciones de la capital, otros muchos pueblos también plantan las fallas en sus calles.

Al igual que sobreviven muchos ninots que se habían preparado para la plantá del año pasado en las

540

Millones de euros son los ingresos que se estima que genera la fiesta a la hostelería

naves de muchos artistas falleros, en muchas tiendas todavía quedan vestidos de falleras que nunca se llegaron a recoger. El sector de la indumentaria tradicional valenciana también es otro de los que sobrevive en mínimos.

“Los tejedores valencianos estamos en peligro de muerte”, resume Juan Vicente Aznar, propietario de Vives y Marí, una de las siete empresas de tejidos para vestidos y trajes que mantienen viva la tradición de la seda en Valencia. Las Fallas suponen el 70% del negocio de esta firma de Xirivella y el resto de sus fuentes de ingresos tampoco están mejor. “Nos de-

dicamos a todo lo que está bloqueado por la pandemia: prendas regionales, vestidos de novias, comuniones, celebraciones religiosas". Casi la totalidad de sus 22 trabajadores están en Erte. "Nosotros somos los únicos que formamos en estos oficios. Si tenemos que despedir y luego reabrir, ¿dónde vamos a encontrar tejedores?", explica Aznar, que también vaticina la desaparición de proveedores. "Ya teníamos un problema real con Turquía e India, que se estaban comiendo a pequeñas firmas por la competencia de precio y puede ser un inconveniente para volver a producir". El empresario asegura que lo que reclaman es tener unas fechas claras para poder volver a trabajar, porque las ayudas sin un horizonte claro tampoco solucionan su situación.

La Asociación de Comercio de Indumentaria Valenciana, que aglutina a 120 tiendas y fabricantes de la región, ha puesto cifras al desplome de su actividad. De 39,9 millones de euros de ventas en 2019 han pasado a apenas 3,6 millones el año pasado, un 90% menos. Un derrumbe que ya ha supuesto el cierre de al menos 17 establecimientos.

"El año pasado me encargaron 294 trajes. Este año, apenas cinco", comenta Irene Sancho, dueña de Segles Indumentaria Valenciana y presidenta de la asociación. Incluso 25 de los trajes encargados para 2020, cuyos precios pueden oscilar entre 2.500 euros y 20.000 euros, siguen en su local, después de que nadie pasase a recogerlos tras la suspensión. "Sin ningún ingreso hemos tenido que seguir pagando facturas, impuestos y Seguridad Social", remarca Sancho. Las empresas de la asociación cifran los costes fijos que tuvieron que abonar en 2020 en 9,8 millones, casi el triple que los ingresos.

Las pirotecnias valencianas son otras de las víctimas. En su caso, los costes fijos se elevan por los seguros y medidas de seguridad que tienen que mantener en sus instalaciones, aunque no tengan actividad. "Hemos perdido un 95% de la facturación y no se nos dan soluciones a cómo trabajar", asegura María José Lora, quinta generación familiar, gerente de Caballer FX y presidenta de la asociación Piroval, que agrupa a 27 empresas.

"Las ayudas serán bienvenidas, pero lo que queremos es trabajar, la Administración no nos lo llega a prohibir, pero recomienda que no se dispare. Estamos en un limbo", explica la empresaria. La ca-

La indumentaria valenciana pasó de facturar 39,9 millones en 2019 a apenas 3,6 millones en 2020

pital valenciana ejemplifica ese caos administrativo. Tras anunciar que en la *Nit del Foc* se realizarían 16 espectáculos repartidos por la ciudad para ver desde los balcones, un informe de Sanidad los anuló posteriormente. Y más allá de Fallas el problema para los pirotécnicos es que va a pasar con su temporada alta, el verano.

La situación ha llegado al punto de que empresarios y artesanos se plantean recurrir a la Unesco, que declaró las Fallas Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, al considerar que no se garantiza la supervivencia de los oficios y sectores que forman ese legado cultural.



Varias falleras con los trajes tradicionales en un acto festivo.

La Hacienda valenciana hará públicos los grandes morosos y endurecerá controles

La Generalitat tramita la norma para que la Agencia Tributaria Valenciana publique la lista de quienes deben más de un millón. Además, se centrará en cambios de domicilio ficticios

Á.C.Álvarez. Foto: eE

El Gobierno del Botànic quiere reforzar el papel de la Agencia Tributaria Valenciana, el organismo de la Conselleria de Hacienda de la Generalitat Valenciana encargado de combatir el fraude fiscal en los tributos competencia de la administración autonómica. El Ejecutivo de socialistas, Compromís y Podemos tiene intención de que el organismo pueda utilizar el temor a la pérdida de imagen pública como argumento para frenar el fraude fiscal. Como ya ocurre con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, la Generalitat tramita la regulación necesaria para que el organismo autonómico pueda publicar los morosos que deben más de un millón de euros a las arcas autonómicas.

Además, la Agencia pondrá el foco este año en los cambios de domicilio ficticios a otras regiones para pagar menos en Patrimonio y los posibles fraudes en las deducciones a la empresa familiar en Sucesiones y Donaciones. El Plan de Control Tributario para el año 2021 de la Agencia destaca como principal prioridad en la lucha contra el fraude fiscal detectar los cambios de domicilios ficticios de contribuyentes a otras autonomías donde el Impuesto de Patrimonio resulta menos gravoso. Entre las directrices que recoge el plan, señala que "se intensificarán las actuaciones tendentes a la detección de posibles deslocalizaciones, en especial por cambios del domicilio fiscal a otras comunidades autónomas que han aprobado importantes beneficios fiscales, sin que conste traslado efectivo de su residencia habitual".

Para llevar a la práctica este objetivo, plantea medidas como la verificación de la residencia efectiva y aumentar la coordinación tanto con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) como con otras autonomías. También reforzará el control sobre las discrepancias entre el patrimonio declarado y el imputado, para lo que apunta que recurrirá a comparar los datos existentes en las bases de datos de la Generalitat y de la AEAT.

De hecho, en su informe del último ejercicio fiscal la Agencia Valenciana Tributaria ya había dejado clara su intención de concentrar recursos y esfuerzos para detectar la posible fuga de contribuyentes



Sonia Díaz, directora de la ATV, y el conseller Vicent Soler.

mediante esta artimaña. Frente a los 22 expedientes que el organismo tributario autonómico abrió entre 2017 y 2019 por estos posibles cambios de domicilio falsos, el organismo inició los procedimientos para investigar 38 posibles casos en 2020.

El año pasado inició 38 investigaciones de cambios de domicilios ficticios

El punto de mira en este tipo de fraude coincide con la propia política fiscal defendida por Ximo Puig y que acusa a otras autonomías como Madrid de realizar *dumping* fiscal por sus impuestos más reducidos, como las bonificaciones de los impuestos de Patrimonio y de Sucesiones y Donaciones.

**Fernando Cacho**

Socio del área de Derecho Público de Broseta

Luces y sombras de la Responsabilidad Patrimonial de la Administración con el Covid-19

La figura de la Responsabilidad Patrimonial de la Administración (RPA) se configura, con carácter general, como un instrumento fiscalizador de la actuación de la misma en el ejercicio de sus potestades y prerrogativas públicas.

En el entorno de crisis que estamos viviendo, las decisiones de la Administración están adoptando, más si cabe, un papel esencial en la vida pública de los ciudadanos, determinando y definiendo un nuevo modo de vida, libertades, derechos y obligaciones. Todo dentro del marco constitucional, pero no por ello sometido a numerosas interpretaciones, incidencias, restricciones y gravosos daños para personas físicas y jurídicas.

Desde el punto de vista conceptual, la RPA viene recogida en la Constitución Española en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; en la Ley 20/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y en la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de julio de los Estados de Alarma, Excepción y Sitio.

En la línea indicada, la RPA es la figura que permite a los particulares reclamar y, en su caso, ser indemnizados por las Administraciones de toda lesión que sufran en cualquiera de sus bienes y derechos, siempre que dicha lesión sea consecuencia del funcionamiento de los servicios públicos, salvo en casos de fuerza mayor. Por tanto, estamos hablando de una actuación que no tiene por qué ser contraria a derecho. Lo que tiene que existir es daño objetivo producido con independencia de la culpa o dolo de la Administración, dejando a salvo los casos de fuerza mayor.

La fuerza mayor se conceptúa como un hecho o suceso imprevisible (o, aun siendo previsible, inevitable), que se encuentra en el perímetro externo de la Administración, es decir, ajeno a su actividad.

Así pues, los dos vectores esenciales que nos harían entender de manera objetiva la causa del daño en la situación actual son la Covid-19 en clave sanitaria, por un lado, y las medidas adoptadas por la Administración para paliar los efectos de la misma, por otro.



Es prioritario definir un requisito fundamental que configura la RPA y que nos da luz para comprender si estamos ante casos de fuerza mayor que neutralizan la indemnización o ante otras situaciones que generan efecto indemnizatorio. Es la relación de causalidad productora del daño y la lesión producida, partiendo de la base de que las medidas adoptadas por la Administración no se pueden configurar como un supuesto de fuerza mayor y encuadrar dentro de su perímetro conceptual de manera directa o indirecta, ni dichas medidas se configuran como un hecho ni un suceso producido de manera imprevista, y se encuentran, además, delimitadas dentro del perímetro de la Administración.

Definida entonces la fuerza mayor como hecho o suceso imprevisto, es decir, la Covid-19 en sí misma, ésta no sería la causa generadora del daño, sino las medidas normativas y administrativas aprobadas por la Administración durante todos los periodos delimitados por la crisis sanitaria. Por tanto, la base fundamental de la RPA debe analizarse desde esta relación de causalidad.

Esto nos lleva a tener en consideración otro requisito básico de la RPA: el daño antijurídico, aquel que el administrado no está obligado a soportar en atención a que las medidas de la Administración causantes del daño son irrazonables, arbitrarias, desproporcionadas y discriminatorias. Y este daño o perjuicio tiene que ser efectivo, cierto y real; económicamente evaluable e individualizado en relación a una persona o grupo de personas.

Es evidente, pues, que las decisiones normativas adoptadas en los distintos periodos con ocasión de la Covid-19 han causado unos daños que el administrado no tiene el deber jurídico de soportar y que, en todo caso, se pueden calificar como desproporcionados, discriminatorios y excesivamente restrictivos, por el hecho, entre otros, de que las normas no vayan acompañadas de medidas de compensación.

Estos breves apuntes configuran un instrumento que, en clave histórica y práctica, no ha tenido un resultado positivo para el administrado, en diferentes sectores y casuística de aplicación, por parte de la propia Administración y en sede judicial, por lo restrictivo en el cumplimiento de los requisitos que la configuran y acabamos de ver, desvirtuando en ocasiones la figura.

En el marco indicado, las consecuencias jurídicas están aún por explorar. La controversia en torno a esta figura, sus requisitos, la acreditación de los daños y su encaje patrimonial en el ámbito de la Administración no tienen precedentes, y el debate jurídico y económico que se vislumbra es apasionante.

Deber ser objeto de interés general como sociedad atender a las consecuencias dramáticas respecto a los daños y perjuicios que están sufriendo muchos sectores económicos por el efecto de las medidas adoptadas por la Administración para paliar los efectos de la Covid-19 y que obligan, tanto a Administración como a Tribunales, a no aplicar de manera tan restrictiva los requisitos antes descritos, que generarían la RPA, desmarcándose, en su caso, de un principio muy utilizado para exonerar de responsabilidad a la Administración, referido a que éstas no pueden ser aseguradoras universales de todo daño o perjuicio que pueda sufrir un ciudadano.



iStock



■
**La controversia
 en torno a esta figura,
 sus requisitos y
 su encaje patrimonial
 no tienen precedentes**

■



La división Ribera Lab realiza pruebas para diagnosticar el Covid19.

Ribera amplía su diversificación con su salto a salud dental y laboratorios

El grupo sanitario valenciano ha empezado a ofrecer en sus hospitales gallegos un servicio de odontología bautizado como Ribera Dent, que se suma a la creación de su división de laboratorio tras incorporar el alicantino Cialab, cuyas instalaciones ya tiene previsto ampliar

Á.C.Á. Fotos: eE

Los planes de Grupo Ribera por ampliar su actividad en el ámbito de la sanidad privada más allá de su actividad originaria en torno a las concesiones sanitarias públicas en la Comunidad Valenciana siguen avanzando. El grupo valenciano continúa con su estrategia de diversificación y ha dado sus primeros pasos en un nuevo segmento, el de la salud dental, con la creación de Ribera Dent. Una nueva marca para ofrecer servicios de odonto-

logía que ha arrancado en el hospital Povisa en Vigo y que en principio también se extenderá a su otro centro en Galicia, el hospital Polusa en Lugo.

El centro gallego, que en principio ofrecía estos servicios de odontología a sus pacientes internos, también ha abierto esa posibilidad a usuarios externos y abarca desde odontología pediátrica a implantes y cirugías maxilofaciales. La creación de esta uni-



Hospital Povisa en Vigo, donde ha iniciado el servicio de salud dental.

dad se enmarca en la estrategia de diversificación del grupo sanitario propiedad de Centene, que además busca reforzar sus centros en Galicia, autonomía en la que entró en los dos últimos años con la compra de ambos centros sanitarios.

A finales del año pasado y dentro de esa misma estrategia, Ribera cerró la compra del laboratorio Centro Inmunológico de Alicante (Cialab), un centro de referencia especializado en diagnóstico biológico y análisis clínicos ubicado en Alicante. Aunque el grupo sanitario ya estaba presente en esta actividad a través de los laboratorios internos de sus propios hospitales y en gestión del Laboratorio Clínico Central de Madrid en que su socio Unilabs es el accionista mayoritario, con esta adquisición Ribera busca ampliar sus servicios y ofrecerlos a clientes particulares y colectivos. Para ello tras la compra ha creado una división especializada, denominada Ribera Lab. Un segmento que ha experimentado un fuerte auge de la demanda precisamente por la situación epidemiológica.

Su división de laboratorios está preparando el traslado de Cialab desde su actual sede en San Juan a unas nuevas instalaciones de 1.500 metros cuadrados en el municipio alicantino de Torrellano, donde está previsto su implantación para el verano. Pese a la mudanza, el grupo mantendrá un punto de extracción en San Juan para continuar realizando sus análisis. De esta manera amplía su capacidad para dar respuesta al aumento de la demanda de prue-

bas Covid y de inmunidad posvacuna, pero también de análisis genéticos y moleculares.

Ribera Lab ya es el laboratorio de referencia de los centros sanitarios del grupo Ribera, y además ofrece servicio tanto a particulares en sus instalaciones como a colectivos y empresas, a quienes facilita el operativo completo, con desplazamiento in situ, organización de la logística y coordinación de la realización de los test y la entrega de resultados, en

5.186

Profesionales son los que trabajan en el grupo sanitario valenciano

función de las necesidades. El objetivo es ayudar a garantizar espacios de trabajo seguros y contribuir a detectar y controlar los contagios, para frenar cualquier posible expansión del virus y una cuarta ola.

Ya han prestado este servicio a ayuntamientos y colegios profesionales, así como colectivos docentes, fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, entidades como el Gremio de Modistos de la Comunidad Valenciana o el Ateneo Mercantil de Valencia y este mes de marzo han estado en la estación de Atocha en Madrid dentro del programa "Sumamos" de la Fundación CEOE.

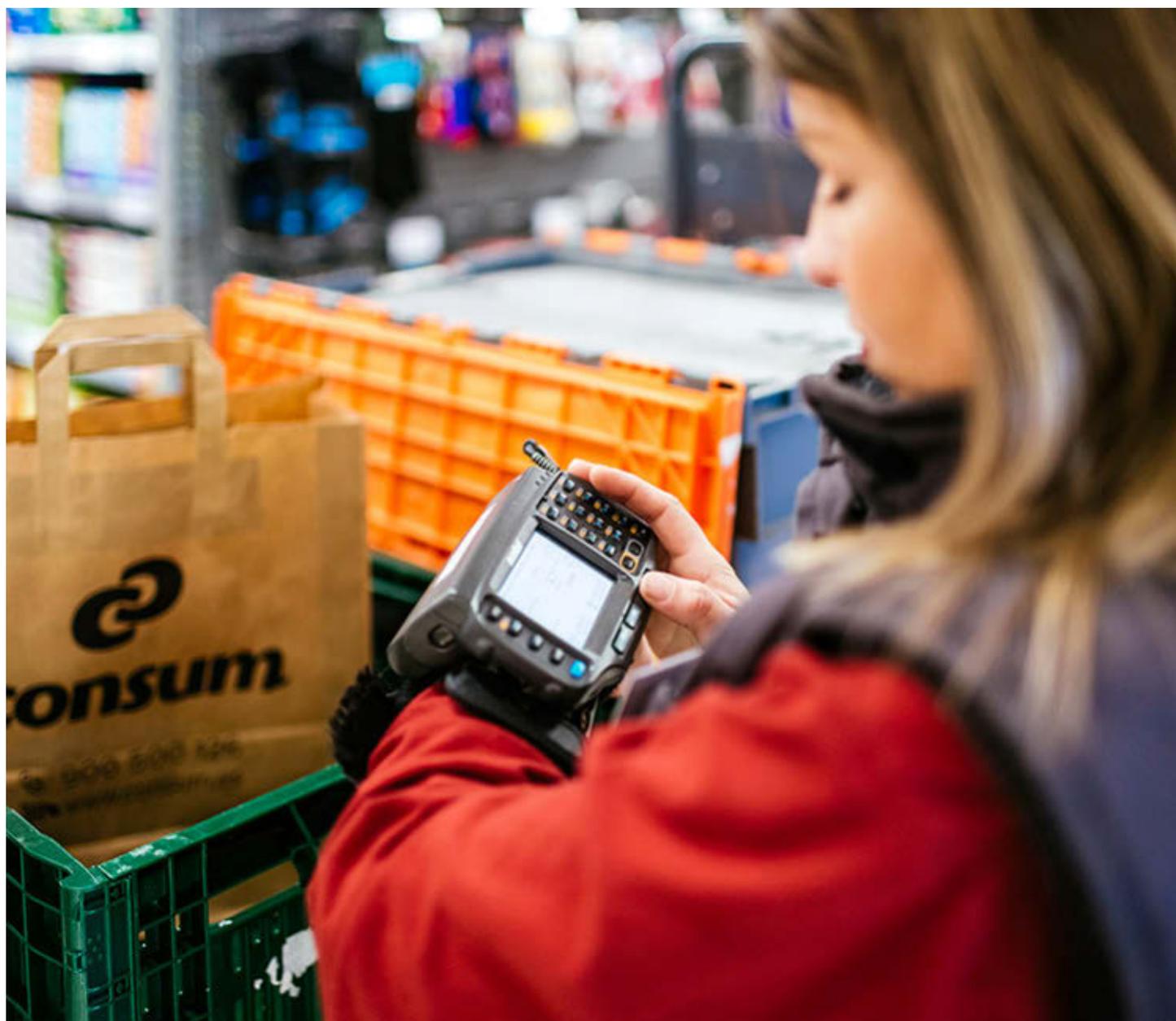
Consum se digitaliza con algoritmos e inteligencia artificial

La cooperativa de supermercados trabaja con la 'startup' valenciana Solver y la tecnológica Algomomy en dos proyectos para mejorar procesos y la relación con el cliente

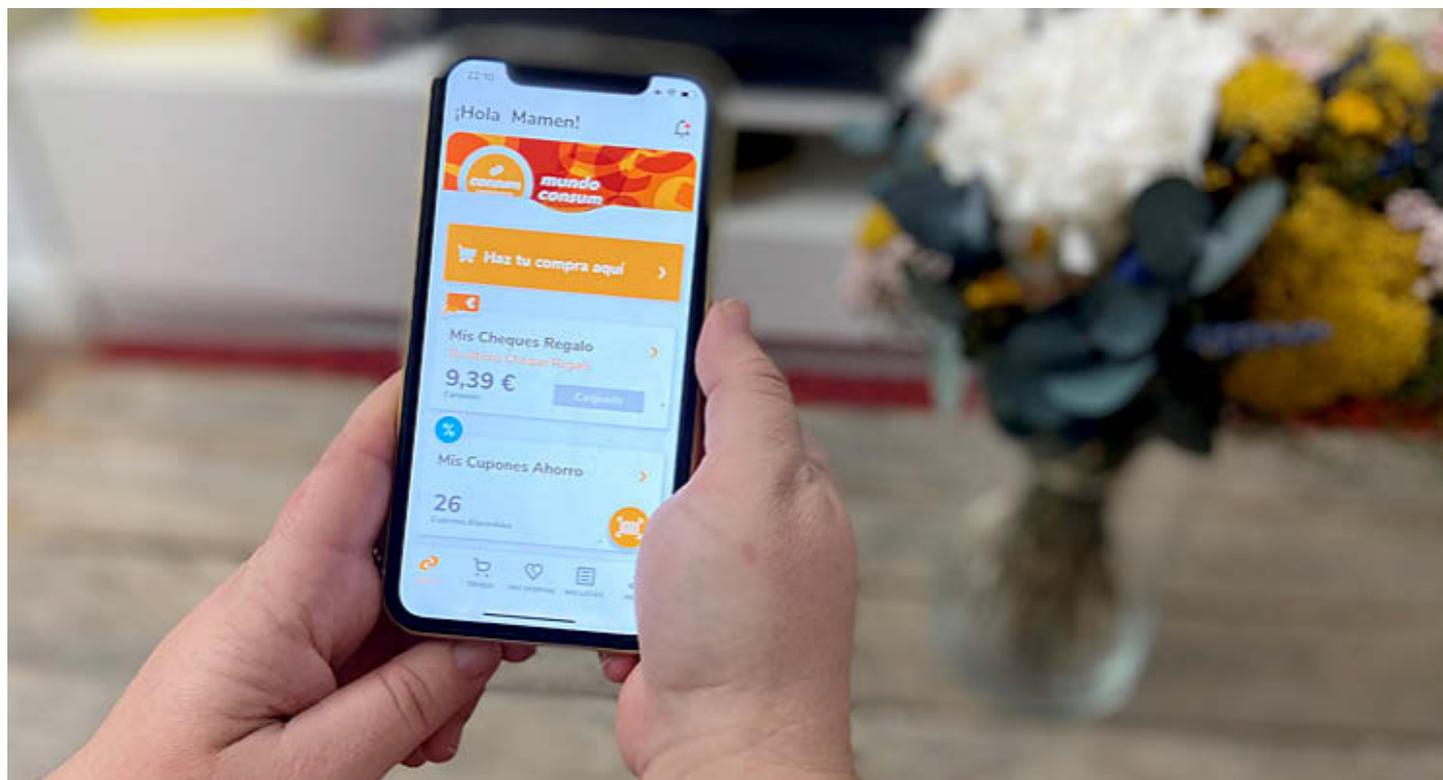
Á.C.Á. Fotos: eE

La digitalización es una realidad innegable que está extendiendo el uso de las nuevas tecnologías a todos los campos de la empresa. La cooperativa valenciana Consum tiene en marcha dos proyectos junto a socios tecnológicos con los que quiere profundizar en esa digitalización que tiene en marcha desde hace años.

Por un lado, la cadena de supermercados ha recurrido a la Inteligencia Artificial (IA) para poder predecir con mayor exactitud las necesidades de suministro de productos en sus tiendas. Este sistema que ha implementado de la mano de la startup valenciana Solver, basado en los modelos denominados de *Machine Learning*, le ha permitido reducir "sensiblemente" el error en la previsión, repercutiendo directamente en la satisfacción del cliente y la eficien-



Una trabajadora de Consum preparando un pedido 'online'.



La 'app' de Consum que permite obtener cupones de descuento personalizados.

cia de la cadena de suministro, evitando roturas y mejorando la gestión de sus stocks.

Un sistema que fue puesto a prueba durante el año pasado con los fuertes cambios prácticamente de un día para otro que supusieron el confinamiento y las restricciones por el Covid-19. El elevado impacto en la demanda que se ocasionó en muy corto espacio de tiempo hizo que el modelo predictivo incrementase su margen de error, pero por su propia "capacidad de reaprender y detectar anomalías" la cooperativa pudo reconfigurarlo. "A día de hoy, es capaz de detectar el impacto de este tipo de eventos en la demanda, tanto si se volvieran a repetir las restricciones, como para que los datos históricos no distorsionen la previsión de demanda futura", explican desde la empresa valenciana.

Según la cadena de supermercados, estos modelos permiten una mejor gestión de anomalías en la demanda derivadas de las promociones, estacionalidades o eventos en sus más de 670 tiendas.

La cadena valenciana también lleva más de diez años aplicando técnicas estadísticas avanzadas para incrementar el valor de su oferta con los consumidores. "Hemos desarrollado diferentes algoritmos con objetivos diversos. El más importante, es el algoritmo de recomendación de ofertas personalizadas, con él generamos todos los meses una combinación de ofertas prácticamente única para cada uno de los 1,5 millones de socios-clientes que la pue-

den disfrutar, que son aquellos con un nivel de fidelidad medio y alto", señalan fuentes de la cadena de distribución. Gracias a ese algoritmo el recomendador tiene en cuenta los gustos de los clientes, "de forma que les propone artículos que suelen consumir en Consum, pero también es capaz de proponer productos que no compra en nuestros establecimientos, siempre con un margen de error".

La cooperativa ha fichado a la multinacional con se-

1,5

Millones de clientes-socios reciben ofertas personalizadas por sus gustos y experiencia

de en San Francisco Algonomy para desarrollar un modelo conocido como NBA (Nest Best Action) que permitirá elegir "cuál es la mejor acción de marketing para cada socio en cada momento".

La empresa también trabaja en un algoritmo para gestionar las comunicaciones digitales y evitar saturar a sus clientes. "Con el gran crecimiento de las comunicaciones digitales, el consumidor está saturado por el correo electrónico, mensajes de whatsapp, notificaciones de redes sociales. El objetivo es priorizar y personalizar las comunicaciones digitales en función de los intereses de cada socio.

La guerra arancelaria por el aluminio golpea a la valenciana Cellofix

El fabricante de cintas de embalaje y papel de aluminio recurre al concurso tras ser sancionado por abastecerse de una planta indonesia que desviaba producto de China.

Á. C. Álvarez. Foto: eE

Una empresa valenciana del municipio de Manuel, que no llega a los 2.500 habitantes, se ha visto inmersa sin quererlo en una de las guerras de aranceles que han sacudido en los últimos años a los grandes bloques económicos mundiales. Se trata de Cellofix, un fabricante de cintas de embalaje, papel de aluminio, film y otros envases destinados a sectores como la alimentación, la hostelería y la industria, y que además suministra a varias cadenas de distribución de España.

La empresa presentó el concurso de acreedores voluntario a finales del año pasado. En su caso, según explica su director general Manrique Albero, esta medida se acometió para evitar tener que parar repentinamente su actividad ante la batalla legal que mantiene por una sanción impuesta por Aduanas.

El origen se remonta a hace unos años, cuando la Unión Europea decidió imponer sanciones por dumping a China por comercializar su aluminio a un precio por debajo del coste de producción. Esa medida supuso gravar en un 35% el coste de esa materia prima fundamental para Cellofix, que tuvo que buscar nuevos proveedores fuera de China.

“En Indonesia encontré un proveedor que garantizaba el producto y durante varios años nos estuvieron suministrando entre 4 y 5 contenedores a la semana de materia prima”, explica Albero. El problema llegó cuando a Unión Europea empezó a sospechar que los fabricantes chinos utilizaban otros países asiáticos para desviar producción y luego colarla en Europa como de terceros. Tras una investigación, Bruselas destapó que su proveedor indonesio vendía más de lo que producía. Por ello Europa también impuso medidas *antidumping* a Indonesia y otros países, lo que llevó a Cellofix a tener que buscar otros proveedores en Europa.

Sin embargo, la cuestión no se quedó ahí. “A las empresas europeas que compramos aluminio

de esa planta se nos hace corresponsables”, explica Albero. Una situación que ha supuesto que Aduanas haya impuesto una elevada sanción a la empresa valenciana. Según Albero, pese a haber ganado dos recursos la Administración mantiene su empeño y para evitar las consecuencias de posibles embargos ha optado por acogerse al proceso judicial.

La empresa de Manuel, con 143 empleos, mantiene su actividad pese a la suspensión de pagos

Paradójicamente, pese a la pandemia la empresa de papel de aluminio y envases apenas había visto afectada su actividad e incluso había aumentado para dar respuesta a la demanda de la distribución. “Pese al concurso mantenemos nuestra actividad con normalidad”, explica el directivo de Cellofix, cuya facturación se sitúa cerca de los 45 millones de euros anuales y que emplea 143 personas. Pese a seguir pleiteando, Albero considera que “el daño a la reputación ya está hecho”.



Industria

La industria cerámica busca fondos europeos por 250 millones



Más de 60 empresas de toda la cadena de valor del sector cerámico se han unido en el Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (Perte), denominado Newecocer. Esta alianza ha previsto más de una quincena de proyectos innovadores para los que calcula una inversión de 641,5 millones de euros.

De esta inversión prevista, la alianza podría optar a cerca de 250 millones de euros de fondos europeos. Entre los miembros del consorcio se encuentran firmas como Kerajet, Colorker, Grespania, Halcón, Peronda, Efi, Azuliber o Ceracasa entre otras; así como centros tecnológicos y la Dirección General de

Industria de la Generalitat Valenciana. Entre esos 15 proyectos se encuentra el desarrollo de una planta demostrativa 100% eléctrica equipada íntegramente con tecnología española, con una inversión cercana a los 60 millones de euros.

Con este desarrollo se haría frente a uno de los grandes retos tecnológicos de la cadena de valor del sector cerámico, la alta dependencia de recursos energéticos, en concreto del uso de combustibles fósiles. Castellón es la provincia valenciana con mayor consumo de gas, con el 61,7% de toda la región. La planta eléctrica no emitiría CO2 y podría tener un consumo autónomo mediante placas fotovoltaicas.

Tecnología

Pavasal y Cuatroochenta se alían para desarrollar 'software'



Grupo Pavasal y la tecnológica castellanense Cuatroochenta, que cotiza en el BME Growth, han firmado la constitución al 50% de la sociedad Pavabits. Una iniciativa que supone externalizar el área tecnológica del grupo constructor y, al mismo tiempo, desarrollar y comercializar *software* para terceros.

La nueva firma Pavabits tendrá su sede en Valencia y contará con Alicia Cano Moreno (COO, licenciada en ADE con experiencia en mercados internacionales) y Ricardo del Olmo Ruiloba (CTO, ingeniero informático experto en ERP) como principales di-

rectivos, al frente de un equipo eminentemente técnico que dará servicio a Pavasal y también ofrecerá soluciones digitales para la optimización de procesos en sus clientes. El proyecto es fruto de una estrecha colaboración de más de cinco años, en la que Cuatroochenta se ha ido consolidando como proveedor tecnológico de referencia para empresas del Grupo Pavasal. Además de la digitalización de diferentes procesos, ambas empresas ya se han asociado anteriormente para proyectos de *smart city* como el parquímetro digital Moviltik que comercializa la filial especializada en servicios de movilidad del grupo constructor.

Recursos Humanos

La AEDHR inicia su actividad en Valencia



La Asociación Española de Directores de Recursos Humanos (AEDRH) realizó su puesta de largo en la Comunidad Valenciana ante más de cincuenta directores de recursos humanos con una presentación virtual de sus objetivos y actuaciones y una Mesa Redonda bajo el título *Los retos del Director de Recursos Humanos valencianos en tiempos del Covid 19*. La jornada fue introducida por Jesús Torres, presidente de la AEDRH, y ha sido moderada por Cristina Saura, directora de RRHH de Plasbel y miembro de la Junta Directiva de la AEDRH. Los ponentes fueron Enric Nomdedeu, secretario autonómico de Empleo y director general de Labora -Servef, Mar-

ta Villarino, directora de RRHH de Vygón y profesora de Florida Universitaria, y M^a Carmen Gimeno, coordinadora Departamento de Recursos Humanos de Cámara Valencia.

La AEDRH, es la única formada exclusivamente por directores de Recursos Humanos en España. Constituida en 2012 y con cerca de 900 Asociados, su finalidad es actuar como portavoz de este colectivo en los debates y propuestas que afectan a su actividad, promocionar y desarrollar la función directiva de los Recursos Humanos y facilitar el intercambio y divulgación de conocimientos.

El metal alerta por el desabastecimiento 'post-Covid'

Las industrias valencianas se empiezan a ver afectadas por la fuerte subida de los precios de materias primas y los fletes marítimos que dificultan garantizar sus suministros

Á. C. Álvarez.

El presidente de una de las mayores patronales valencianas, la Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana (Femeval), ha dado la voz de alarma sobre una de las amenazas que ya están haciendo más cuesta arriba la recuperación económica tras la pandemia a muchas empresas: el riesgo de desabastecimiento de la industria. Según Vicente Lafuente, "las materias primas han experimentado subidas de precios de entre el 20 y 45% respecto a 2020", a lo que se une "una escasez de aprovisionamiento con previsiones de plazos de entrega críticos de entre 3 y 4 meses, sin compromiso o garantía de suministro, a resultas de que haya materia prima".

Un entorno que ya está dificultando el día a día de muchas empresas, con caso especialmente llama-



Los fabricantes de señales de tráfico se han visto afectados por el alza de los precios del acero y aluminio. eE



Vicente Lafuente, presidente de Femeval. G. Lucas

tivos, como el que viven grandes factorías del automóvil como la de Seat en Martorell o la propia Ford en Almussafes que ya han tenido que recurrir a ajustes laborales por la falta de chips electrónicos.

Las subidas de los precios del acero y el metal también están afectando directamente a muchos proveedores de la automoción, como la factoría valenciana de Kamax, que produce elementos de fijación para ese sector. "Es una tormenta perfecta, está habiendo una carestía general de acero y eso a su vez provoca que suban sus precios", asegura el director general de Kamax, Carlos Mena. "Desde que en el mes de octubre comenzó la recuperación de los niveles de la industria del automóvil, a las acerías les está costando mucho retomar esos mismos niveles de fabricación", apunta el directivo.

Otro de los grandes consumidores de metales son los fabricantes de señales de tráfico y movilidad. Su

patronal Afasemetra, que incluye a la valenciana Industria Saludes, ha denunciado que la subida media en los últimos tres meses, es de hasta un 40% para el acero, teniendo en cuenta la calidad del acero y el espesor de chapa para señalización, y de un 19% para el aluminio. Según el presidente de la patronal sectorial, Francisco Cano, algunos proveedores de estos materiales ya "no se atreven ni a ofertar con un precio por la inestabilidad del mercado".

Ni el silicio de los chips ni los metales son las únicas materias primas que se están encareciendo por la vuelta a la actividad de la economía mundial. También los distintos tipos de plásticos son otro de los productos cuyos precios se han disparado. Según la Asociación Española de Industrias del Plástico (Anaip), para este mes de marzo el 45% de las empresas del sector de la transformación de plásticos espera que su producción pueda descender hasta el 39%. "El 22% de las empresas de transformación empieza a verse en la obligación de reducir su plantilla, ya sea por medio de la figura del Erte o llegando a hacer despidos si la situación no mejora", señala esta patronal.

La tensión en los precios está trasladándose ya también al comercio y la distribución. "Aunque muchos

Tras el automóvil, los fabricantes de plástico ya se plantean ajustes laborales

proveedores aún mantienen precios porque están todavía vendiendo productos en stock, pero ya nos empiezan a comunicar que tendrán que subir precios", explica José Luis Beltrán, gerente de la central de compras cooperativa Coinfer, que agrupa a 200 ferreterías. Segmentos como la goma de manguera para jardín, donde los precios de los materiales se están disparando un 40%, o herramienta y todo lo relacionado con cobre, aluminio y metal se está viendo afectados y hay proveedores que no se pueden comprometer a mantener precios durante varios meses.

Beltrán considera que el aumento de la demanda que ha empezado por China, se ha trasladado a Estados Unidos y ahora a Europa es el principal factor de esta situación y también apunta al fuerte incremento de costes de los fletes marítimos, inflados por la escasez de contenedores y el recorte de escalas de las navieras durante el confinamiento.

Femeval reclama ante esta situación "poner en valor la cadena de producción y suministro autóctona". Según Lafuente, "si algo hemos aprendido de esta pandemia es que nos puede parar el virus, pero no la falta de previsión".

Istobal se lanza a sacar brillo a los coches del coloso chino

La empresa de Alcudia instala una filial y una planta en el gigante asiático tras haber cerrado un primer contrato para suministrar sus equipos de lavado de coches a 90 gasolineras de la petrolera Sinopec

Á.C.Á. Foto: eE

De un pequeño taller de reparación de vehículos en la carretera de entrada a Alcudia (Valencia) a una multinacional con su propia fábrica en China. Ese es el vertiginoso salto que ha experimentado en sus 70 años de historia la empresa valenciana Istobal.

El grupo español, uno de los tres mayores fabricantes mundiales de trenes y túneles de lavados de vehículos acaba de inaugurar una filial en China, en el condado de Jiashan (provincia de Zhejiang), con una planta de producción para el ensamblaje final de equipos de lavado a 80 kilómetros de Shanghái. Además, la filial dispone de oficinas comerciales en esa megalópolis china, desde la que impulsará su actividad en este mercado.

La empresa valenciana que hasta ahora ya era uno de los mayores operadores en Europa y también está creciendo en Estados Unidos y Latinoamérica empezó a vender sus equipos en China el año pasado gracias a un acuerdo de colaboración con una de las principales compañías de petróleo del país, Sinopec. Su red de estaciones de servicio ya cuenta con 60 máquinas fabricadas en Alcudia (Valencia) y la colaboración se extenderá durante 2021 con la previsión de instalar más de 30 equipos en-

tre puentes y túneles de lavado automáticos. Tras ese cliente inicial, Istobal China tiene como objetivo abastecer de equipos de lavado a todo el territorio chino y, posteriormente, a otros países de Asia, tanto para el sector de estaciones de servicio e instalaciones de lavado privadas. La filial cuenta ya con varios distribuidores y pretende cubrir las principales provincias del país.

La planta de ensamblaje, similar a las que ya tiene en Estados Unidos y Brasil, una instalación de 10.000 metros cuadrados, se centrará en preparar y reali-

La compañía valenciana sigue la misma estrategia que en Brasil y EEUU, donde ya tiene plantas

zar los trabajos finales de montaje para adaptar los equipos al mercado chino. Según Rafael Tomas, CEO de Istobal, "en la actualidad, China cuenta con 270 millones de coches y el sector del autolavado es relativamente nuevo". Istobal facturó 145,9 millones de euros en 2019 y entre sus clientes en Europa destacan grandes petroleras.



A la derecha, Nacho Verdés, director de Expansión de Istobal durante la inauguración.

Distribución

Hiperber crece un 15% y alcanza los 72 supermercados



La cadena alicantina de supermercados Hiperber ha cerrado 2020 con unas ventas de 170 millones de euros, una cifra que supone un crecimiento del 15,6% con respecto al año 2019, en el que registró una facturación de 147 millones de euros. Pese al incremento en las ventas, los datos del balance anual reflejan un descenso del 11% en el número de clientes con respecto al año anterior, lo que significa que los consumidores de la cadena realizaron menor número de compras, pero de mayor volumen cada una de ellas, sobre todo en los meses que duró el confinamiento.

La cadena de supermercados cerró el ejercicio también con crecimiento en plantilla, que alcan-

za los 932 empleados, frente a las 882 personas al cierre de 2019. La dirección de la empresa ha realizado un balance positivo de los resultados y ha atribuido el crecimiento a la situación de pandemia vivida durante todo el ejercicio 2020. Según explica el consejero delegado de Hiperber, José Bernabeu, "desde la entrada en vigor del Estado de Alarma se registraron tres meses de mucho incremento en ventas, aunque luego las cifras volvieron a la normalidad". La superficie de ventas de Hiperber alcanzó en 2020 los 59.814 metros cuadrados, gracias a la apertura de un nuevo establecimiento en El Altet durante el mes de agosto y suma 72 puntos de venta.

Financiación

CaixaBank firma una línea con Afín SGR de 5 millones



CaixaBank y Afín SGR, Sociedad de Garantía Recíproca de la Comunitat Valenciana, han renovado por tercer año consecutivo el convenio de colaboración existente entre ambas entidades, con el objetivo de facilitar el acceso a la financiación de pymes, microempresas y autónomos de la Comunitat Valenciana. El convenio establece una línea de financiación de 5 millones de euros a disposición de empresas y autónomos de la Comunitat a la que podrán acceder los interesados que cuenten con el aval de Afín SGR.

La línea de financiación ofrecida por CaixaBank po-

drá destinarse a operaciones de inversión de hasta 500.000 euros, en un plazo máximo de ocho años, con la posibilidad de incluir hasta dos años de carencia. Por excepción dicho límite máximo podrá alcanzar los 600.000 euros si el exceso por encima de los 500.000 euros obedece a financiación de circulante o tesorería incluyendo líneas de avales. Cuando la finalidad sea la adquisición de inmueble se podrá llegar hasta 15 años de plazo máximo, con posibilidad de incluir hasta dos años de carencia. Para operaciones de circulante el límite será también de 500.000 euros con un plazo anual renovable de hasta tres años.

Biotecnología

Ángela Pérez, de Imegen, nueva presidenta de Bioval



La Asociación de empresas BIO de la Comunitat Valenciana (Bioval) cambia de presidencia tras tres años de mandato de Carlos Ledó, presidente de Idai Nature, e incorpora a una veterana del sector de la biomedicina valenciana, Ángela Pérez como cabeza visible. En la actualidad, el clúster agrupa a más de 100 asociados de muy distinta tipología: empresas, centros tecnológicos, centros de investigación, universidades y otros.

"Nos queda mucho trabajo de proyección para dar a conocer Bioval, pero vamos por muy buen camino, tenemos confianza con nuestros asociados y

creo que vamos a conseguir cosas importantes para el sector BIO", destaca Ángela Pérez. Pérez, hasta ahora tesorera de la Junta Directiva, es referente en el sector con Imegen, empresa biotecnológica fundada en 2009 y formada por 85 profesionales con más de 20 años de experiencia en el campo de la biomedicina. La empresa realiza todo tipo de análisis genéticos empleando las técnicas más innovadoras del mercado. La junta directiva de la asociación pasa a estar formada por AINIA, Asacpharma, Bioinicia, CEEI Valencia, Edypro Fertilizantes, FISABIO, Forest Chemical Group, INCLIVA, Medigene Press y Nunsys.

Pamesa sigue su carrera por el tamaño y suma otra compra

El grupo empresarial de Fernando Roig, que apuesta por la concentración del sector azulejero, alcanzó los 780 millones de euros de facturación el año pasado e incorporó 350 trabajadores más.

Á. C. Á. Foto: Guillermo Lucas

Fernando Roig sigue ampliando el tamaño de Pamesa, su grupo de fabricación cerámico que se consolida como el mayor fabricante europeo por volumen del sector. El grupo alcanzó unas ventas de 780 millones de euros en 2020, lo que supone un incremento del 10,7% respecto a los 704 millones del año anterior y a pesar de una coyuntura tan adversa como la originada por el coronavirus. Según explica el propio grupo, si se tienen en cuenta solo sus ventas cerámicas el incremento aún es mayor, del 20%. Pamesa, además de marcas como Geotiles, Prissmacer, Ecoceramic, Navarti y TAU, también está presente en el negocio de las materias primas y productos químicos para el sector y en la energía.

Además, el grupo incrementó en el año del covid su plantilla en 350 personas, hasta 2.500 trabajadores, según ha comunicado la propia empresa. En los dos primeros meses de 2021 ha continuado la tendencia y el crecimiento de las ventas ha sido del 32% en relación al mismo periodo del año 2020.

Fernando Roig también es el dueño del 50% de otro de los grandes grupos cerámicos castellanenses,

Argenta-Cifre, y de Pamesa do Brasil, aunque estos fabricantes no consolidan sus cuentas con el Grupo Pamesa, por lo que no se incluyen. Con ellas el empresario aglutina el mayor fabricante español de azulejos por ventas.

Nueva compra

El grupo con sede en Almassora (Castellón) también ha anunciado la compra de la planta de Pulidos La Plana, que pertenecía al Grupo SEM. La factoría de más de 7.000 metros cuadrados se dedica al pulido, corte y rectificado cerámico y está ubicada en Onda. Pulidos Pamesa mantendrá en nómina a los 45 empleados que estaban en PLP (Pulidos La Plana).

Con esta adquisición, el Grupo Pamesa verá ampliada su capacidad de pulido en 360.000 metros cuadrados mensuales, lo que supone un aumento del 27% en el segmento de pulidos, donde es líder en el mercado. Pamesa mantiene su plan de inversión. En abril tiene prevista la instalación de 5 líneas de producción en sus diferentes fábricas, además de esta desarrollando inversiones para el almacenamiento y la logística de materias primas.



La sede del grupo cerámico en Almassora.

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.economista.es/>



AeioLuz quiere llevar su eficiencia energética a las empresas

La cooperativa trabaja con ayuntamientos en programas para reducir la factura de los sectores más vulnerables a la pobreza energética y en la creación de comunidades energéticas

Á.C.Á.

La energía es uno de los sectores que está viviendo una fuerte transformación y donde todo apunta a que en los próximos años incluso se acelerará. “En un plazo de entre dos y cuatro años vamos a vivir una auténtica revolución energética”, asegura Salvador Moncayo, director de AeioLuz, una cooperativa que nació hace cinco años con la visión inicial de llegar a ser una comercializadora eléctrica, pero que optó por especializarse en los servicios de consultoría y asesoramiento.

“Para operar como una comercializadora necesitabas unos avales y unos requisitos de capital muy elevado, cuando nosotros teníamos claro que lo que aportamos es conocimiento”, explica Moncayo. Al final la cooperativa encontró un nicho de mercado en los servicios, con las administraciones como principal cliente hasta ahora. AeioLuz ofrece fundamentalmente asesoramiento y formación, tanto interna para mejora de las propias administraciones como para ciudadanos especialmente afectados por el fenómeno de la pobreza energética.

“La energía más barata es la que no se consume y un hábito responsable constituye la mejor de las herramientas de eficiencia energética y ahorro económico. Si, además, ajustamos la contratación de forma personalizada, el impacto positivo se multiplica”, resume Moncayo.

Oficinas verdes

“Abrimos brecha con las oficinas verdes para los ayuntamientos”, explica Moncayo. Se trata de servicios para los consistorios que contratan a AeioLuz para asesorar y dar atención personalizada durante horas a familias vulnerables para que puedan aplicar recortes en sus facturas energéticas y medidas de eficiencia energética. “Estamos consiguiendo de media ahorros de más de 150 euros al año”, explica el director de la cooperativa. Actualmente, AeioLuz gestiona las oficinas verdes de los consistorios de Paiporta y Benetússer en Valencia y de Altea en Alicante. En Valencia capital, participa en el plan de pobreza energética.

En muchos casos, la principal medida para lograr



Uno de los servicios de oficina verde de la firma. eE

generar ahorros es simplemente revisar o modificar los contratos que mantienen, pero también existen otras alternativas que plantean tras una auditoría energética. “Hay casos en que, por ejemplo, estudiamos con el consistorio cambiar el frigorífico o los termos eléctricos, porque son inversiones que si se están subvencionando las facturas en seguida se amortizan”.

También en el campo de la formación la cooperativa está inmersa en el Plan Reacciona de la Diputación de Valencia, por el que la firma asesora a colegios de 15 municipios para mejorar su eficiencia energética y también forma a los alumnos. En este caso, el 50% del ahorro generado se reinvierte en otras medidas de mejora energética y el otro 50%

el propio colegio decide su finalidad. "Son proyectos que con el retorno que generan se pagan", señala el director de Aeioluz. El plan de la Diputación tiene un presupuesto conjunto de 160.000 euros para 40 municipios.

Ahora la cooperativa quiere dar un paso más allá y extender su actividad tanto a empresas como a comunidades de vecinos. "En el caso de las empresas, queremos hacer estos programas de eficiencia y formación como un plan de corresponsabilidad, de forma que los trabajadores no solo lo puedan aplicar en su lugar de trabajo, sino también en su hogar", explica.

Según los datos recopilados por la cooperativa, en sus cinco años de actividad, el ahorro medio anual detectado en hogares alcanza los 248 euros, mientras que en el caso de los negocios casi se duplica, hasta los 494 euros al año.

Además, considera que las empresas pueden sacar partido a la gran estrella de los proyectos de renovables y eficiencia energética, el autoconsumo. "Las empresas con instalaciones fotovoltaicas también pueden aprovechar el nuevo boom de los sistemas de movilidad con baterías porque esos equipos per-

Participa en la creación de una comunidad energética de vecinos y comercios en Valencia

miten gestionar de una forma complementaria por ejemplo si tiene un *parking* para conectar coches eléctricos".

En el caso de las comunidades de vecinos, Aeioluz considera que son uno de los colectivos que más partido pueden sacar a oportunidades como el autoconsumo energético. Pero también pueden lograr importantes ahorros simplemente por conocer mejor la normativa existente, que por ejemplo permite unificar los contadores de garajes.

Otra de sus apuestas son las comunidades energéticas de autoconsumo. En su caso asesora uno de los proyectos del Ayuntamiento de Valencia en el barrio de Ayora, para crear una instalación fotovoltaica de entre 20 y 30 kilovatios que cuente con un mínimo de 20 vecinos y dos comercios de la zona. Moncayo señala que también han llegado a un acuerdo en autoconsumo con Som Energia para compra colectiva y ya están produciendo en 45 instalaciones de este tipo, pese a que la figura jurídica definitiva para dar soporte a estas comunidades aún no se ha definido. La cooperativa tiene su propia experiencia en producción fotovoltaica con una pequeña potencia de 93,78 kWp.



Salvador Moncayo, director de Aeioluz. Guillermo Lucas

Aeioluz, que celebra sus primeros cinco años, ha trabajado en este periodo con los municipios de Valencia, Alzira, Torrent, Llíria, Xàtiva, Castellón, Paiporta, Benetússer, Albalat dels Sorells, Bonrepòs i Mirambell, Foios, Almassera, Meliana, Pedreguer, Altea, Cheste, Turís, entre otros. También con entidades públicas como CEFIRE CTEM, Diualterra, IVACE Energía, Cáritas Valencia, Fundació Horta Sud, EAPN Valencia, Fundació Las Naves, Fundació València Clima i Energia, Escola El Drac o Cátedra de Transición Energética Urbana de la UPV.

A través de las oficinas verdes para los distintos consistorios y en los estudios de instalaciones de energías renovables y eficiencia energética, la cooperativa ha realizado servicios para 840 usuarios en 2020. Además, Aeioluz ha impartido formación especializada para 378 personas durante el último año.



Fernando Llano
Socio de Improven

Gestión en tiempos del Covid: decisiones de hoy para el éxito del mañana

La situación que vivimos en 2021 ha hecho que los directivos hayan tenido que aprender sobre la marcha cómo gestionar nuevos negocios, en un entorno desconocido y con un cliente con comportamiento diferente. Un año después, aún son muchas las empresas que, a pesar de haber llegado hasta aquí mejor o peor, no tienen muy claro cómo gestionar en los próximos meses para que su organización sobreviva al Covid-19.

Hemos tenido que adaptar demanda, cambiar productos, gestionar Ertes, tramitar ICO, pedir ayudas si éramos de sectores afectados, leernos el BOE casi todos los fines de semana..., pero también ser capaces de gestionar un crecimiento inesperado, lidiar con la falta de materias primas y su aumento de precio, la escasez de contenedores para traer producto o cómo repercutir o no el aumento de este coste a nuestros clientes. Había momentos en que me sentía Robin Williams en *Jumanji*.

Y en ese contexto, cada empresa ha tenido que intentar adivinar cómo serían los próximos meses sin tener más herramientas que las de siempre. Los nubarrones de la economía, que aún están sobre nosotros, advierten de que más pronto que tarde la economía despegará y necesitaremos estar preparados. Y precisamente aquí reside el reto. Las empresas debemos trabajar en dos velocidades: la del aquí y ahora, gestionando el día a día en un entorno de "crisis", y la definición y preparación del plan para el día después: esas decisiones que, superada la pandemia tendremos que tomar, pero que si no preparamos ahora, llegado el momento, será tarde.

Pensemos que queremos atacar nuevos segmentos de clientes, ampliar o reducir la gama de producto o hacer un nuevo lanzamiento...en estos meses de calma chicha en los que, a pesar de la inestabilidad, todo parece controlado, es el momento de ponerse manos a la obra. Porque luego puede ser tarde. Pero ¿cómo debemos hacer esto?

Para gestionar en estos momentos, y ser capaces de hacerlo en el modo Covid, lo esencial es poner el foco en el corto plazo, porque hay muchas semanas en



las que el contexto varía a causa de la evolución de la crisis sanitaria, y la demanda también. Por ello, y a nivel financiero, la recomendación es mantener una actitud conservadora en caja, gastos y gestión, para tener estabilidad en tesorería. Es imprescindible revisar la cuenta de pérdidas y ganancias y ser muy estricto con los gastos superfluos. Una buena herramienta para enlazar esos dos modos de forma simultánea, el modo Covid y el modo salida o día después es la conexión entre la parte comercial y la parte operativa. En nuestro día a día, vemos que es uno de los grandes puntos de mejora en las compañías y nos ayudará a gestionar mejor el día a día.

En ocasiones, el *Sales & Operations Planning* (S&OP) en muchas organizaciones se relaciona demasiado con la plataforma que me puede ayudar a implantar y sacarle partido a este procedimiento. Sin embargo, nuestra certeza es que se trata más de un cambio cultural que de tecnología, de cómo conseguir generar la cultura de transversalidad. Es uno de los grandes proyectos que toda empresa debería acometer en el momento actual. Sin embargo, esta situación se está alargando demasiado en el tiempo y las empresas, agotadas, están obligadas a ser muy competitivas y trabajar una vez más en cómo reducir nuestros costes para poder mantener la rentabilidad. Así que os recomendamos replantear desde cero, hoja en blanco, todos vuestros costes. Es la única metodología que te asegura detectar ahorros.



■
Las empresas tenemos el reto de gestionar esta crisis, pero también la obligación de estar trabajando en el día D+1
 ■

Los aspectos anteriores están más centrados en el día a día y en la transición hacia el futuro, pero hay un aspecto clave del futuro que tiene que ver con nuestros clientes. Y es que esta situación ha traído cambios en la demanda, en el comportamiento de clientes, en la relevancia de la venta directa y *online*, en el comportamiento..., pero el día D+1 esto volverá a cambiar, y habrá aspectos de estos últimos meses que desaparezcan, otros que se multipliquen y esto es algo que tenemos que tener muy trabajado para que ese día D+1 empecemos ya a ejecutar acciones.

Para ello, trabaja desde ya en tu plan comercial para ese día, qué nuevos segmentos de clientes va a haber, nuevos usos y costumbres que afectan a tus productos o servicios; en qué nuevos canales venderás. Además del canal *online*, están apareciendo también oportunidades de venta en canales físicos ya existentes. Dedica tiempo a investigar cómo esta evolucionando el tablero de juego, qué nuevos *players* están apareciendo y define tu plan aterrizado para que puedas implantar con fuerza en el mercado el día D+1.

Por último, hay un elemento clave en todos estos proyectos: el equipo. Es momento de priorizar a los empleados y actualizar el plan gestión de las personas, que incluya ejercer el liderazgo de forma ejemplar, revisar y adaptar la estructura organizativa a las nuevas circunstancias, redefinir y evaluar el "talento" y desarrollar y capacitar a los equipos en nuevas competencias.

Del mismo modo, es esencial contar con una gama de producto ajustada a la propuesta de valor, y seguir con una política de reducción de costes que pasará por un replanteamiento de la cadena de suministro. Y todo ello, en un contexto donde la digitalización de procesos es una realidad. No podemos olvidar que también será un momento de movimientos corporativos. Actualmente en España existe liquidez y ganas para comprar empresas y donde va a haber oportunidades. Existen sectores penalizados, donde se ha perdido tamaño y habrá concentraciones, mientras que en otros las compañías se concentrarán en su *core business* y se desharán de aquello que no sea su esencial.

Muchos retos por delante, pero no debemos descuidar trabajar de forma intensa y profunda en nuestro plan del día D+1. ¿Está tu compañía preparada para el día D+1 postpandemia? Aún llegas a tiempo de hacerlo.

CARLOS NAVARRO

Cofundador y CEO de Endurance



De protagonizar el auge y caída del 'boom' solar a la revolución de las baterías

Carlos Navarro, fundador del que llegó a ser el mayor fabricante valenciano de paneles solares Siliken, con más de 380 millones de negocio y un millar de empleados antes de su desaparición, se reinventa con las baterías eléctricas y otro 'ex' de la energía fotovoltaica, Ander Muelas.

Por Á. C. Álvarez. Foto: eE

La historia de Ícaro en la mitología griega recuerda como volar muy alto también conlleva el riesgo de una caída irreparable. Llevado al ámbito empresarial, Carlos Navarro ha sido uno de los emprendedores que ha protagonizado en su propia carne una historia de éxito empresarial tan fulgurante como efímera.

Al igual que en el caso de Ícaro, el sol tuvo mucho que ver en su historia. Este ingeniero de la industria de la automoción fue uno de los que apostó por la energía solar cuando en su sector se hablaba más de biocombustibles para reducir el uso de la gasolina que del motor eléctrico. A principios del siglo XXI Navarro tenía claro que en países como España los paneles solares eran un futuro que estaba más cerca de lo que muchos pensaban entonces y encontró la forma de aportar su granito de arena: aplicar los sistemas de producción de la industria del automóvil para reducir los costes de fabricación de los módulos fotovoltaicos.

Una idea sencilla que llevó a la práctica en 2001 en una pequeña nave de Rafelbuñol (Valencia) y que se vio impulsada por el viento a favor de las primas a renovables que impulsaban la instalación de huertos solares en España y en otros países. Un boom solar que permitió que Siliken pasase a facturar 384 millones de euros en 2008, con más de un millar de empleados y fábricas en México, Canadá y Rumanía. Un ejemplo de lo que hoy se denominaría una *startup* de éxito y cuya ambición no se quedaba ahí. La empresa se unió a la Universidad Politécnica para crear un centro de investigación de referencia en células fotovoltaicas y su gran ambición era abarcar todo el ciclo del producto, desde el silicio a los proyectos llave en mano. Tras la entrada en el accionariado de Pablo Serratosa, Siliken invirtió 100 millones en una planta para producir silicio en Albacete.

Sin embargo, el parón legal con la crisis a las plantas fotovoltaicas en España y la competencia de la sobreproducción china llevó a la desaparición a Siliken. Con esa experiencia, sin embargo, Navarro no ha dejado de apostar por la revolución energética. En 2018 se unió a Ander Muelas, uno de los artífices del éxito de la valenciana Grupotec en la energía fotovoltaica en Reino Unido, y lanzaron Endurance Motive para entrar en el desarrollo y fabricación de baterías. Y lo hicieron a partir de vehículos industriales menos populares que los coches, como las carretillas y elevadores, pero que en la práctica sacan mucha ventaja en penetración a los automóviles.

Tras facturar 2,3 millones en 2020, han cerrado una ronda de financiación de 2 millones y quieren cotizar en el BME Growth. En un sector en plena ebullición, Navarro aporta el valor añadido de quien tras el éxito y el fracaso empresarial ha sido capaz de volverse a levantar.