

'SORPASSO' EN LA INDUSTRIA: CERÁMICA Y QUÍMICA ADELANTAN AL AUTOMÓVIL

El agroalimentario se mantiene en cabeza mientras que el frenazo relega a automoción

ENTREVISTA A PEDRO COCA

"NOS DUELE LA TIBIEZA CON EL PUERTO MIENTRAS TODA CATALUÑA APOYA EL PRAT"



A fondo | P6

Cerámica y química adelantan al automóvil en peso industrial

El tradicional liderazgo industrial de la alimentación y la automoción se ha modificado por el alza de la fabricación de azulejos en Castellón y el sector químico.



Entrevista | P10

“Si el puerto de Valencia pierde competitividad, la pierde toda la economía valenciana”

El presidente de Propeller Valencia analiza el impacto y la polémica de la terminal norte del puerto de Valencia.

Industria | P14

Pamesa, un coloso que superará los 1.000 millones de euros este año

El mayor fabricante de baldosas cerámicas de Europa impulsa inversiones por 70 millones, entre ellas la construcción de su nueva sede en Vila-real.

Educación | P36

Cuadernos Rubio mira al exterior con su nueva planta en Paterna

La histórica editorial valenciana prevé iniciar las obras de su nueva sede y planta con la que podrá multiplicar por diez su capacidad de producción y logística.



Política | P14

La infrafinanciación lleva a la deuda valenciana a rozar el 50% del PIB

Mientras la ministra de Hacienda reconoce que no hay calendario para reformar el modelo, el endeudamiento autonómico ya supera los 51.000 millones de euros.



Inmobiliario | P22

El 25% de las casas que vende Sareb se ubican en la región

La Comunitat Valenciana sigue siendo el mayor mercado residencial de la entidad pese a la menor actividad el año pasado.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
 Presidente Editor: Gregorio Peña.
 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



Financiación autonómica y deuda, piedras en el camino de la recuperación

El gran problema de la Comunitat Valenciana, la financiación autonómica sigue enquistado. Seis años después de la llegada del Gobierno de coalición de Ximo Puig al Palau de la Generalitat, el que se había marcado como primer objetivo político del presidente valenciano sigue pendiente de resolver. Y lo que es peor. Según ha dejado claro hace apenas unos días la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, sin calendario ni fechas para intentar avanzar en un nuevo marco.

“Jarro de agua fría” o “baño de realidad” fueron las reacciones de los miembros de la plataforma *Per un Finançament Just* que agrupa a los agentes sociales y contó con representantes de todos los grupos políticos presentes en las Corts salvo Vox, ante las palabras de la ministra Montero al dejar claro que el Gobierno de Pedro Sánchez no moverá ficha. Una inacción que justifica porque considera que en estos momentos es imposible conseguir un acuerdo político de todos los partidos y Comunidades Autónomas. En el fondo un reconocimiento que para lograr un cambio del sistema no solo hace falta apoyo del inquilino de La Moncloa, como algunos clamaban, y que su negociación que ni siquiera ha arrancado será una auténtica lucha de poderes.

■
El endeudamiento de la Generalitat sin freno es el mejor recordatorio de la urgencia para resolver la infrafinanciación

Frente al inmovilismo para tratar de solucionar un modelo financiero insuficiente para la autonomía, lo que no se estanca es la deuda autonómica valenciana, que con 51.117 millones de euros al cierre de marzo sigue una escalada vertiginosa tras más que triplicarse desde 2009. Un volumen que ya roza el 50% del Producto Interior Bruto (PIB) regional y que es una clara herencia de la infrafinanciación valenciana.

■
Más allá del rédito y las polémicas políticas, está claro que la continuidad de esa financiación insuficiente sumado a la mayor deuda por PIB de toda España suponen una pesada losa para poder afrontar las inversiones que se requieren tras el desplome de la economía por el Covid y la incertidumbre de la nueva normalidad. Aunque Ximo Puig parece querer rebajar el tono de la reivindicación para no provocar roces dentro de su propio partido y enturbiar su relación con Sánchez, también corre el riesgo de ver como tanto sus propios socios de Compromís como el PP con la llegada de un Carlos Mazón que ha vuelto a la plataforma por la financiación, pueden sacar ventaja en esta reivindicación.

La alternativa puede estar en el lazo mandado por el presidente de la Junta de Andalucía, el popular Juan Manuel Moreno, que ha planteado un frente común con la Comunitat Valenciana para el cambio de modelo. Incluir a autonomías gobernadas por el PP, como también Murcia, podría forzar un acercamiento de los dos grandes partidos en un tema básico pero ahora mismo fuera de la agenda.



Las grandes empresas se suman a la vacunación masiva contra el Covid

Durante este mes más de una veintena de grandes empresas han desplegado sus propios puntos de vacunación para sus empleados con las dosis proporcionadas por Sanidad. Ford (en la imagen), Mercadona, Iberdrola, El Corte Inglés, Altadia, Torrecid, SAV, Power Electronics, Urbaser o los operadores del puerto de Valencia son algunos de los que se han sumado a esta iniciativa.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de **elEconomista**.es

Digital 4.0 | Factoría & Tecnología

elEconomista.es

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

Comunitat **Valenciana**

elEconomista.es

País Vasco

elEconomista.es

Andalucía

elEconomista.es

Transporte

elEconomista.es

Seguros

elEconomista.es

Inversión a fondo

elEconomista.es

Pensiones

elEconomista.es

Turismo

elEconomista.es

Alimentación y Gran Consumo

elEconomista.es

Buen Gobierno | Iuris&lex y RSC

elEconomista.es

Agua y Medio Ambiente

elEconomista.es

Capital Privado

elEconomista.es

Energía

elEconomista.es

Catalunya

elEconomista.es

Inmobiliaria

elEconomista.es

Agro

elEconomista.es

Sanidad

elEconomista.es



Disponibles en todos
los dispositivos
electrónicos

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



Cerámica y química superan como motores regionales al automóvil

Las horas bajas de la automoción, tradicionalmente la segunda mayor industria por su aportación a la economía valenciana tras la agroalimentaria, se dejan notar en los datos macroeconómicos. El azulejo y la química ya aportan más riqueza en términos de Valor Añadido Bruto

Ángel C. Álvarez.

Azulejeras entre Onda y Vila-Real. eE

Durante muchos años algunos han resumido la economía valenciana con tres palabras: turismo, naranjas y Ford. Un tópico que en el caso de la industria de la Comunitat Valenciana tenía una base real: los dos mayores sectores por su peso económico durante las últimas décadas han sido el agroalimentario y el del automóvil, con la factoría de la multinacional estadounidense en Almussafes como principal puntal.

Sin embargo, el último informe del Observatorio sobre Gobierno, Estrategia y Competitividad de las Empresas (GECE), impulsado por CaixaBank y el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie), revela que otros dos sectores industriales han rebasado a la fabricación de automóviles por su peso en términos de Valor Añadido Bruto (VAB). Se trata de uno de los grandes actores industriales tradicionales de la Comunitat Valenciana, el azulejo de





Una línea de montaje de la factoría de Ford en Almussafes. Guillermo Lucas

Castellón, y de un sector que en los últimos años ha crecido de forma continua y sostenida sin hacer mucho ruido, el químico.

El agroalimentario sigue liderando de forma indiscutible el sector industrial, con el 12,5% del VAB total de la industria valenciana según refleja el *Análisis de los sectores de mayor peso en la generación de valor y de sus niveles de competitividad* publicado por el Observatorio GECE. Según los datos oficiales recopilados por el Ivie, la industria supuso el 15,1% del VAB en 2019, por detrás de construcción e inmobiliario y del sector público, aunque ligeramente por delante del comercio.

En segundo lugar, por peso económico se colocó la industria cerámica, con el 11,9% del VAB. Los fabricantes azulejeros de Castellón, que sufrieron muy duramente la anterior crisis financiera y del ladrillo de 2008 con caídas de su negocio de hasta casi la mitad, han sabido remontar en esta última década de la mano de las exportaciones y un proceso de concentración que ha supuesto sanear sus balances y mejorar la rentabilidad a muchas empresas. Pese a su importancia desde hace medio siglo en la economía autonómica, precisamente ese fuerte recorte por los efectos del tsunami inmobiliario en España había reducido su peso frente al automóvil.

En el caso del automóvil, la evolución de esta industria durante esta última década ha ido de más a me-

nos. La decisión de Ford en 2012 de trasladar a Valencia la producción de la fábrica que cerró en Gante (Bélgica) así como la llegada de nuevos modelos relanzó las inversiones y la producción de la factoría y, con ella, a buena parte de su potente sector auxiliar. Así, según recoge el Plan Estratégico de la Industria Valenciana 2018-2023, en 2014 el VAB autonómico de los fabricantes de vehículos y material de transporte era ligeramente superior al de cerámica. Sin embargo, la incertidumbre sobre el sector

1.894

Millones de euros de VAB
aportó el sector del azulejo a la
economía autonómica en 2019

por su electrificación que ha frenado el mercado y también la decisión de Ford hace dos años de reducir su peso en Europa, sumado al Covid y ahora a los problemas de suministro de los semiconductores de silicio básicos para los chips, ha girado a la baja su aportación.

No sólo las baldosas han adelantado al automóvil. La química, que en 2014 estaba aún mucho más lejos del sector del motor, con cerca de un 30% menos de peso en su aportación económica, también ha protagonizado un *sorpasso* en términos de peso económico y se sitúa en el 9,5% del

total industrial, frente al 9,2% de la fabricación de coches. Se trata además de un sector transversal, que a su vez es un proveedor de muchas otras industrias, como en el caso de los fabricantes de esmaltes, fritas, colores y tintas cerámicas que son una de las grandes industrias auxiliares de la cerámica y también cuentan con un fuerte peso en Castellón.

El comercio exterior valenciano corrobora este cambio de liderazgo industrial. El año pasado el automóvil acumuló una caída en sus ventas a otros países del 20%, frente al crecimiento del 10% de la alimentación en general, incluyendo la producción agrícola, y de la cerámica, que aumentó sus exportaciones un 4,3%. En el caso de la química, aunque las exportaciones se redujeron en 2020, en lo que va de año crecen un 6,4%, frente al estancamiento de la fabricación de coches, que se mantiene

Alimentación, cerámica y química aportan más de un tercio de la riqueza de la industria

estancado según los datos acumulados hasta abril. En lo que va de año también la cerámica mantiene un fortísimo ritmo de crecimiento exterior, del 30%, que se explica en parte por el parón obligado por el confinamiento, mientras que la alimentación se incrementa otro 7,8%.

Intensidad tecnológica y competitividad

El análisis del Observatorio GECE se centra especialmente en el grado de intensidad tecnológica y la competitividad de estos sectores. Sorprendentemente, en el caso de la automoción el VAB aportado por las empresas altamente competitivas es muy inferior a la aportación de esas compañías tanto en la industria química, como en cerámica y alimentación, sectores que tienen un nivel tecnológico en su conjunto más bajo.

Según explica Alejandro Escribá, investigador del Ivie y catedrático de la Universitat de València que ha dirigido el informe, el automóvil tiene una intensidad tecnológica elevada dentro de la industria valenciana, en un nivel medio-alto, frente a los de las nuevas tecnologías y farmacéuticas, que estarían por encima.

“En la industria química valenciana el porcentaje de empresas altamente competitivas es más alto que el del automóvil, pero eso ocurre porque Ford con nuestro índice de competitividad no se incluye en las altamente competitivas, sino en el siguiente nivel, el de empresas sólidas, no estaría en el 25% más competitivo. El peso de Ford es tan grande en el sector de automoción que eso marca el análisis. por-

La radiografía de la economía valenciana

El peso en el VAB de cada industria

VAB 2019	%
Construcción e inmobiliario	19,70
Admin. Públicas, Sanidad y Educación	17,40
Industria	15,10
Comercio	14,20
Hostelería	6,10
Transporte	4,10
Actividades financieras	3,40
Agricultura	2,10

El peso en empleo de cada industria

POR VALOR	MILLONES DE €	%
Alimentación	1.981,9	1,90
Cerámica	1.894,6	1,80
Química	1.507,8	1,40
Fabricación vehículos	1.467,1	1,40
Textil y confección	1.114,5	1,30
Calzado y cuero	1.232,8	1,20
Plástico y caucho	1.041,9	1,00

El peso de cada industria

POR EMPLEO	% EMPLEO TOTAL
Alimentación	1,7
Cerámica	1,3
Química	0,8
Fabricación vehículos	0,9
Textil y confección	0,9
Calzado y cuero	1,0
Plástico y caucho	1,0

Fuente: Observatorio GECE de CaixaBank e Ivie, con datos del INE y elaboración propia. elEconomista

que además es una industria con menos empresas, pero de más tamaño”, comenta Escribá.

El investigador considera que en el caso de la evolución de la industria del automóvil, además de la coyuntura del Covid, está viviendo otros problemas estructurales de fondo, ligados a los cambios en la movilidad que la pandemia ha acelerado. “Está sujeto a muchas incertidumbres con los cambios en la sostenibilidad, las infraestructuras para la electrificación, incluso en los hábitos del consumidor y en las tendencias del mercado en un sector con unos costes fijos muy elevados”, apunta.

Según el investigador del Ivie, aunque en el caso de la química es un sector con presencia históri-



Factoría del grupo RNB en La Pobla de Vallbona. eE

ca en la Comunitat Valenciana, están detectando un aumento en la competitividad de sus empresas, desde fabricantes de pinturas a proveedores de Mercadona. “No solo están creciendo en ventas, están mejorando todos sus ratios de rentabilidad y productividad, que está creciendo con fundamentos sólidos y además es un segmento de media-alta tecnología”. Según Escribá, este es uno de los motivos que ha permitido también a este sector contar con más músculo para enfrentarse a una crisis como la del Covid y aprovechar las oportunidades. Una tendencia que se ha acentuado en algunos casos con la pandemia para los fabricantes de productos vinculados a segmentos sanitarios o los higienizantes.

Productividad, una de las claves

En el caso de la alimentación, aunque ha sido un sector beneficiado en la emergencia sanitaria, también ha visto caer la rentabilidad con el desplome de la hostelería. En la cerámica, según el informe las empresas altamente competitivas representan una cuarta parte del sector y contribuyen a generar el 52,1% de su valor añadido y el 41% del empleo del sector. Las empresas azulejeras altamente competitivas facturan de media casi el doble que las empresas de alta competitividad de la industria valenciana. Uno de sus principales puntos fuertes es la productividad de la industria (91.000 euros por empleado), situada por encima del promedio de las empresas altamente competitivas españolas en su conjunto y un 28% por encima del promedio de las altamente competitivas de la industria manufacturera valenciana, lo que se refleja en los salarios y en la capacidad para atraer y retener capital humano, según el estudio.

Respecto a la industria de tecnología alta, el peso aún es bajo en la Comunitat Valenciana. Aunque au-

menta todos los años, según el análisis del Observatorio Gece crece más despacio de lo que debería y frente a otras regiones. “Es como si cogieses el tren a medias”, resume Escribá.

El catedrático lo atribuye por un lado a la estructura tradicional y el propio empresariado valenciano, con menor tendencia a apostar por soluciones disruptivas. También a un mercado de capital y de inversores menos desarrollados, pese a la existencia de algunos importantes mecenas e instrumentos de apoyo. Y, por último, a la menor presencia de escuelas de negocio y a que los ecosistemas de gobierno empresarial están menos desarrollados.



Complejo químico de UBE en Castellón. Guillermo Lucas

PEDRO COCA

Presidente de Propeller Valencia



“Nos duele la tibieza de la Generalitat con el puerto mientras toda Cataluña apoya ampliar El Prat”

Pedro Coca además de profesor universitario fue secretario general de la patronal CEV y formó parte de la Administración en la época del PP como secretario autonómico de Empresa. Ahora es el presidente de Propeller Valencia, la voz de los empresarios portuarios y logísticos con actividad en torno al puerto de Valencia.

Por Ángel C. Álvarez. Fotos: Guillermo Lucas

La asociación Propeller Valencia, que agrupa a 108 empresarios y directivos senior y otros 25 junior del sector del transporte y la logística, se ha convertido en sus casi 25 años de historia la cara visible de los operadores empresariales vinculados al puerto de Valencia y la logística. Su actual presidente Pedro Coca lo define como “un *lobby* empresarial” que a partir de la logística portuaria ha incorporado a empresarios de otros trans-

portes, como el ferrocarril, o profesionales de consultoría y derecho especializados hasta formar una “intersectorial logístico portuaria” que incluye a los líderes de CEV o la Asociación Naviera Valenciana.

El puerto de El Pireo arrebató el liderazgo en contenedores en el Mediterráneo a Valencia en 2019 y este año también Tánger Med la ha superado, ¿debemos preocuparnos?

Las estadísticas están bien pero hay que tener cuidado con ellas. Lo importante es que el puerto de Valencia cumpla con los objetivos que se plantea y mantenga su tendencia. Para mí las estadísticas importantes del puerto no son las de contenedores que movemos, si no qué porcentaje de importación-exportación (*import-export*) y que porcentaje de trasbordo tenemos. Si descontamos el trasbordo, el *import-export* es muy superior a cualquier otro puerto de España y del Mediterráneo. Eso significa que Valencia no es solo un puerto de trasbordo como El Pireo o Algeciras, y eso es muy importante. Yo comparo lo que ha ocurrido en el puerto de Valencia con los contenedores con el tráfico de pasajeros del aeropuerto de Madrid. Si ha crecido el tráfico de trasbordo ha sido porque al aumentar su nivel de servicio y frecuencias, como ocurre con Barajas, se ha visto atraído porque ese gran *hub* es más eficiente y concentra vuelos transcontinentales, viene dado. Para mí lo importante es se-

la que va buscando el puerto. Una naviera puede mover su tráfico de trasbordo con una llamada de su director general, pero el *import-export* es mucho más difícil de mover y de ahí su transcendencia. Para moverlo tienes que convencer a los productores y a los importadores, de ahí su importancia.

Entonces, ¿que se retrase la terminal norte no es tan preocupante de cara a perder competitividad con otros puertos?

Es preocupante que se pueda retrasar la terminal norte, porque le puedan poner palos en las ruedas al proyecto. Si se cumplen los plazos previstos tanto de la Autoridad Portuaria como de TIL (la división de terminales de MSC) está perfectamente estudiado para operar en fecha. El problema es cuando cuestiones ajenas a la economía, el comercio internacional y a los intereses de los sectores económicos empiezan a marear con las cosas de comer. Yo no dejo de repetir que la terminal norte es un instrumento y la Au-

“Si perdemos competitividad en el puerto de Valencia pierde competitividad toda la economía valenciana”

“No se puede decir que vamos a remontar las crisis del Covid a base del comercio exterior y no impulsar la nueva terminal”



guir manteniendo el poder en el *import-export*, porque lo otro ha venido y vendrá. Creo que hay que huir de esos rollos del liderazgo, porque el puerto de Valencia tiene que medir muy bien su crecimiento. Según el estudio que encargamos, la saturación media de las tres terminales del puerto está en el 80%. Esos expertos dicen que con ese grado de saturación se empieza a entrar en zona de ineficiencia. Si el puerto no es capaz de acompañar el crecimiento con la futura terminal y a la vez ganar eficiencia con lo actual, entonces podemos tener un problema.

Pero sí que parece un indicativo de que otros puertos del Mediterráneo están haciendo los deberes para captar tráficos

Es un indicativo de que las navieras mandan y de que son las que deciden donde van sus barcos. Antiguamente se decía que la bandera va buscando la carga, hoy es la carga

toridad Portuaria es una herramienta, lo importante es la competitividad de nuestra economía. Yo que llevo 40 años en el transporte puedo decir que para un exportador de Castellón que tenga que mandar su mercancía al puerto de Barcelona supone apartarlo de su precio óptimo de precio competitivo en los mercados internacionales. Por ejemplo, hace años Ford España ya dijo que tenía una desventaja de 340 dólares por coche por su ubicación periférica en Europa. Si Almussafes no es capaz de salvar esa desventaja con eficiencia logística y competitividad, se puede fabricar en otro país, y si no que se lo pregunten a los belgas que perdieron sus modelos y su fábrica.

Los críticos con la terminal minimizan su impacto económico.

Si perdemos competitividad con el puerto, pierde competitividad toda la economía. em-

pezando por nuestra capacidad exportadora. El presidente Ximo Puig no puede decir que vamos a remontar la crisis del Covid como la de 2008 a base del comercio exterior y no estar engrasando toda la maquinaria administrativa para desarrollar una terminal que al final va a aportar muchísimo eficiencia al puerto, porque las otras terminales en manos de grandísimas empresas como Maersk y Cosco, cuando vean que MSC pone en marcha una más eficiente tendrán que actuar para no perder mercado, con lo que bajarán los costes logísticos. Y eso supondrá rebajar los costes de exportación y mejorar nuestra competitividad digan lo que digan el alcalde Joan Ribó y Compromís.

¿Cómo valora la posición de la Generalitat sobre la terminal? Se ha pasado de que el propio presidente anunciase la inversión a que una Conselleria inste a la Autoridad Portuaria a paralizarla, ¿cómo se explica?

A mí me genera muchísima tristeza que to-

opinión pública que es tan fácil como decir algo tan racional como que de él depende el comercio exterior, que somos grandes exportadores y que el puerto es un organismo público que respeta la normativa medioambiental, como no puede ser de otra manera. Las garantías son de una pulcritud máxima, otra cosa es que se quiera retorcer y retorcer hasta que uno oiga lo que quiere oír, por lo menos hasta que pasen las elecciones. Por lo menos en el caso de Compromís, porque para ellos es un mantra político.

¿Es consciente la sociedad valenciana de lo que aporta el puerto de Valencia?

Si tienes un tema que es un mantra político tu discurso es de autoconsumo para los tuyos y el resto de la sociedad no se implica. Y es ahí donde sería necesaria una acción de gobierno. Por ejemplo con las restricciones tras las Navidades por el coronavirus la sociedad valenciana demostró que cuando le explican las cosas, como lo hizo el presiden-

“El alcalde, que hace 40 años era profesor de la UPV, dice que no hay estudios serios, cuando los hay de catedráticos de la UPV ”

“Las garantías son máximas, otra cosa es que se quiera retorcer y para Compromís el puerto sea un mantra político”



da Cataluña, incluidos los independentistas, apoyen la ampliación de El Prat, y que en Comunitat Valenciana, con el mejor puerto español, no tengamos cerrando filas para defender nuestro comercio exterior a todo el Gobierno autonómico, al alcalde de la ciudad y a todo el mundo. Nos duele muchísimo como sector. Y luego ves como ERC ataca la terminal del puerto de Valencia en el Congreso en Madrid, pero apoya la ampliación del aeropuerto de Barcelona y todos dan palmas. Gobernar es asumir riesgos y es incómodo. Y si por las razones que sea te preocupan las acciones de Gobierno igual hay que dejar espacio a otros. La tibieza y el posicionamiento del Gobierno valenciano nos duele muchísimo. Especialmente que la primera defensa de la terminal del puerto la tuviese que hacer el propio presidente de la Generalitat, que no haya nadie por debajo que sea capaz de generar un clima favorable en la

te Puig, es una sociedad madura. Los que se están jugando la permanencia política son los que no se cansan de repetir su mantra y el resto de la sociedad se cansa.

De cara al gran público, parece difícil rebatir el impacto ambiental del puerto, que es la bandera que han asumido Ribó y Compromís.

El problema es que un señor que ahora es alcalde y hace 40 años era profesor de la Universidad Politécnica de Valencia dice que hay que hacer un estudio serio porque los que hay no lo son, cuando los catedráticos que han hecho ese trabajo lo son de la universidad en que este señor fue profesor. Se reúne con los sindicatos y sin ningún dato técnico o científico para comparar y contrastar asegura que esos números no son serios por el mantra político. ¿Por qué cogemos cualquier cuestión que consideramos que pue-

de tener un rédito político y estamos cargándonos cosas que han costado decenas de años y son valiosísimas? Como dice Salvador Navarro, el puerto es la joya de la corona que nos queda.

El alcalde ha trasladado el debate al plano laboral poniendo en entredicho los beneficios económicos y la creación de empleo.

El típico mantra de la automatización destruirá el empleo ya lo utilizaron los luditas hace dos siglos cuando entraban con mazos a destruir las máquinas en la industria. La automatización destruirá un empleo y aparecerá otro, probablemente el estibador ya no será alguien que maneja un *joystick* sino que tendrá que tener otros conocimientos distintos. No va a destruir empleo, va a transformarlo, pero lo de destruirlo es más fácil de utilizar.

¿Hay una fecha límite para que se ponga en marcha la nueva terminal?

Queremos analizarlo, porque también hay que estudiar los costes micro para las empresas. Poner un punto de consolidación de carga en Sagunto con un tren de lanzadera continuo al puerto puede ser interesante y viable técnicamente. Pero eso también supone añadir más movimientos a ese contenedor, y cada movimiento cuesta al menos 24 euros, más el transporte ferroviario. La duda es si será competitivo con un camión con menos movimientos. Aunque penalices a los camiones por contaminar, los fabricantes de camiones también se están moviendo para fabricar vehículos que no contaminen. Queremos analizar los problemas de coste, de surco ferroviario (hasta dentro de 10 años como mínimo el túnel pasante no estará) y el problema de ubicación, porque si Parc Sagunt es la joya logística igual un centro de carga de este tipo que necesita mucho espacio tampoco sale a cuenta. Si los números salen y el sector lo ve, nosotros lo apoyaremos.

“El mantra de que la automatización destruirá empleo ya lo usaron los luditas en plena revolución industrial”



“Encargamos un estudio del acceso norte sólo ferroviario y sus costes a empresas, si los números salen lo apoyaremos”



No es nada bueno que el proceso de adjudicación después de más de dos años se retrase, pero yo también tengo que decir que veo a la gente de MSC muy tranquila, saben que esto va a ir para adelante y lo tienen todo muy analizado. Es cierto que además hay cuestiones de fondo, como que MSC se convertirá en independiente el día que tenga la mayor terminal y eso supone cambiar el equilibrio que hay ahora entre las terminales.

El Propeller ha encargado un estudio sobre la posibilidad de un acceso norte sólo ferroviario como alternativa al rodado.

Esto viene porque Josep Vicent Boira, el coordinador del Corredor Mediterráneo y un profesional con mucho criterio y rigor, dijo que el acceso norte por carretera no tiene sentido si se hace el túnel pasante de Valencia para alta velocidad y se liberan las vías actuales para Cercanías y mercancías.

El alza de los fletes, la congestión por el bloqueo de Suez y el atasco en los puertos chinos, ¿son alarmas de riesgo de colapso en el sistema marítimo internacional?

La sociedad y la economía aprende con el sistema de prueba y error, como ocurrió con el sistema bancario. Algunos directivos del Propeller me comentan que están viendo que las cadenas de producción de una manera sutil están reordenando sus ubicaciones. Esto quiere decir que la gente está tomando nota y a raíz de estos fallos, la cadena de suministro está aprendiendo y adaptándose. Al final, la economía empezará a tomar decisiones que eviten o minimicen esos riesgos. En logística hay una máxima, lo importante es el coste final puerta a puerta, y si la suma de costes de producción y los logísticos son mayores se puede actuar sobre cualquiera de ambos elementos y eso es algo que vamos a ver.

La infrafinanciación lleva a la deuda valenciana a rozar el 50% del PIB

Mientras el cambio del modelo de financiación autonómico caducado en 2013 sigue sin fecha, la deuda de la Comunitat Valenciana, la mayor en relación a su PIB de todas las autonomías, continúa engordando y ya supera los 51.000 millones de euros.

Á. C. Á. Fotos: eE

Pese a que la crispación sigue elevando el tono del debate político, hace apenas unos días todos los grupos políticos presentes en el parlamento valenciano, con la excepción de Vox, junto a la patronal autonómica CEV y los sindicatos mayoritarios CCOO y UGT, volvieron a unirse en una de las pocas reivindicaciones que une a todos. El cambio del sistema de financiación autonómico que penaliza en los ingresos a la Comunitat Valenciana.

Los representantes de los grupos políticos tanto del Gobierno del Botànic como de los dos prin-

cipales grupos de la oposición, Partido Popular y Compromís, realizaron una concentración ante el Congreso de los Diputados de Madrid y posteriormente se reunieron con la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, que esta vez sí que reconoció directamente que el Gobierno no se plantea acometer en los próximos meses el proceso para reformular este sistema. Una postura que justificó argumentando que desde el Ejecutivo de Pedro Sánchez consideran que no se dan las condiciones para un gran acuerdo político de este tipo.

Patronal, sindicatos y partidos se unieron por la financiación en Madrid.



El "baño de realidad", como lo calificaron algunos de los asistentes a ese encuentro, vuelve a dejar sin fecha la que ha sido la principal reivindicación de la Generalitat Valenciana en la última década, tanto de los Gobiernos del PP como del actual de izquierdas encabezado por el PSPV.

Aunque desde las filas socialistas del Gobierno de Puig se intenta quitar hierro a la falta de compromiso de La Moncloa con este objetivo, asegurando que

El Ejecutivo de Sánchez considera que no hay consenso para llegar a un gran acuerdo

lo importante es que el Ejecutivo está apoyando a las autonomías con los fondos de emergencia del Covid y para su reparto se siguen criterios de población como los que se reclaman, lo cierto es que la infrafinanciación sigue siendo una realidad.

Y la muestra más evidente de su factura para la economía valenciana no se mantiene paralizada, como el cambio de modelo. La deuda autonómica ha vuelto a dispararse, ahora impulsada por el gasto extra que el Botánico ha tenido

Moreno plantea una alianza a Puig más allá de sus partidos

El presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, defiende la creación de un frente común entre Andalucía y Comunitat Valenciana para reclamar una "financiación más justa" al Gobierno. Moreno ha planteado a Ximo Puig "ir juntos" en esta cuestión pese a pertenecer a distintos partidos porque, para el jefe del gobierno andaluz, la comunidad que preside y la valenciana son "las dos más damnificadas" con el actual sistema de financiación autonómico. Moreno coincide en el posicionamiento valenciano de que se trata de un tema "absolutamente urgente" porque no pueden "aguantar mucho más" e incluso plantea introducir "elementos correctores" para paliar "la infrafinanciación". Puig ha anunciado que se reunirá en septiembre con Moreno y que los responsables de Hacienda mantendrán reuniones antes para buscar ese "espacio común".

que aplicar por el impacto de la emergencia sanitaria y la crisis económica. El Banco de España también desveló hace unos días que la deuda de la Administración autonómica alcanzaba ya los 51.117 millones de euros al cierre de marzo. En el último año, es decir, con la pandemia, se incrementó en 2.956 millones de euros. El 81% de toda esa deuda tiene un mismo acreedor, el Estado.

De esta forma, la comunidad sigue destacando como la primera por deuda en relación a PIB, con un 49,40%, debido también al fuerte ajuste del PIB que se produjo el año pasado con la pandemia. Si el análisis se realiza por habitantes, el endeudamiento por cada valenciano es de 10.150 euros, frente a los 2.740 euros de 2008, cuando se inició la anterior gran crisis económica.

Uno de los pocos respiros a las arcas autonómicas valencianas ha venido de la mano de la recaudación de impuestos en los primeros cinco meses del año. Un respiro, que apunta a un repunte de la economía tras su frenazo por la pandemia. Hasta mayo, los derechos reconocidos en tributos propios y cedidos alcanzan los 672,1 millones, lo que supone un incremento del 40,96% respecto al mismo periodo de un 2020 marcado por el Covid. Para el conseller de Hacienda, Vicente Soler, "estamos en los niveles de recaudación previos a la crisis e incluso los hemos superado".

Ximo Puig y Juan Manuel Moreno.



Recreación de la nueva sede que Pamesa construirá en Vila-real. EE

Pamesa, el coloso castellonense que superará los mil millones este año

El mayor fabricante europeo de baldosas cerámicas y el séptimo en el mundo comercializó el año pasado más de una cuarta parte del azulejo español y este año invertirá más de 70 millones de euros para reforzar producción, logística y levantar su nueva sede a la que se mudara desde Almassora a Vila-real.

Á.C. Álvarez

Pamesa no pisa el freno y tras destinar más de 180 millones de euros en los últimos dos ejercicios para consolidarse como el mayor fabricante de Europa de baldosas cerámicas. El grupo industrial de Fernando Roig comercializó el año pasado algo más de 130 millones de metros cuadrados de cerámica (algo más de 90 millones producidos por sus propias factorías), lo que supone casi el 27% de la producción de todo el sector es-

pañol durante el pasado ejercicio.

El conglomerado industrial castellonense prevé mantener ese fuerte ritmo inversor, con más de 70 millones de euros de desembolso para este año. Buena parte de ese esfuerzo se destinará a seguir creciendo de forma orgánica y tratar de cubrir con su propia fabricación esa parte que actualmente comercializa con producción de terceros. Entre em-

presas propias y "colaboradoras" –entre las que incluye a Argenta en la que Fernando Roig controla el 50% y Bestile–, Pamesa pretende aumentar su capacidad de producción en un 40% con la instalación de nuevos hornos durante 2021 y 2022 que permitirán incrementar y mantener la actual capacidad de suministro a sus clientes.

En esa línea, otra de sus prioridades es garantizar el abastecimiento de arcillas y materias primas, para lo que se ha planteado la adquisición de minas fuera de España, además de poner en marcha una nueva explotación en una antigua mina de carbón de Estercuel (Teruel), con la creación de 100 empleos. El grupo ya tiene dos explotaciones de arcillas en la provincia vecina.

En estas inversiones también se incluye la adquisición de planta de PLP (Pulidos La Plana) en Onda, de más de 7.000 metros cuadrados de superficie y con maquinaria de última generación de pulido, cor-

Pese a su integración vertical, Roig descarta saltar al canal de ventas y las tiendas propias

te y rectificado cerámico. Con su incorporación, el conglomerado azulejero verá ampliada su capacidad de pulido en 360.000 metros cuadrados mensuales, lo que supone un aumento del 27% en el segmento de pulidos, una actividad complementaria a la producción cerámica.

Otras iniciativas que desarrollará este año será la construcción de su noveno centro logístico, con un total de 140.000 metros cuadrados, además de un nuevo almacén de 52.000 metros cuadrados para arcillas junto a la planta de TAU en Castellón.

Pese a la apuesta por esa integración vertical de toda la cadena, Fernando Roig descartó dar el salto al canal de ventas directas al consumidor final. "Somos buenos fabricando y queremos centrarnos en seguir siendo los mejores en eso".

Aunque probablemente no tendrán tanto impacto en sus planes de crecimiento, la iniciativa con una carga más simbólica será la creación de una nueva sede corporativa en Vila-real. Allí se trasladarán desde la vecina factoría de Almassora las nuevas oficinas centrales del buque insignia del grupo, Pamesa Cerámica, con un total de 6.387 metros cuadrados y que prevé estar listo para finales de 2021.

El gigante azulejero disparó su beneficio neto pese al Covid hasta los 49,35 millones de euros, con un alza del 56%. Tras incrementar un 11% su negocio total, el grupo del también presidente y dueño del



Fernando Roig, presidente de Pamesa. Guillermo Lucas

Villarreal Club de Fútbol, Fernando Roig prevé dar un nuevo salto vertiginoso este año y elevar su negocio global un 40%: de los 782 millones hasta 1.100 millones de euros. Un volumen de negocio en el que también incluye su actividad en el sector energético y de materias primas cerámicas. Las ventas de producto cerámico del primer fabricante español han continuado con fuertes crecimientos tanto en 2020, con un alza del 20%, como en los primeros cinco meses de este año, del 63%. Un alza que el año pasado más que compensó la caída del 31% en sus ventas de electricidad y gas por la caída de precios, así como en el negocio de las materias primas.

El grupo castellonense se muestre confiado en mantener disparados sus crecimientos en ventas de azulejos con un repunte del 46% este año que permita situar sus ventas globales en 1.100 millones de euros y el beneficio antes de impuestos por encima de los 100 millones este año.



Varios compradores en uno de los expositores de la feria cerámica Cevisama.

Diez cerámicas suman el 75% de la rentabilidad del sector

Un informe de Deloitte muestra los efectos de la concentración en la industria y prevé que se mantengan las operaciones corporativas en los próximos meses.

Á. C. Álvarez. Foto: Guillermo Lucas

La concentración en la industria del azulejo español en los últimos años ha provocado que las diez mayores empresas del sector concentren ventas y, sobre todo, rentabilidad, según el último informe Situación y Perspectivas del Sector Cerámico, elaborado por la consultora Deloitte. Las diez mayores empresas del sector, que es el mayor productor de toda Europa y concentra más del 90% de su actividad en la provincia de Castellón, ya suponen el 60% de las ventas totales de una industria que alcanzó un volumen de más de 3.840 millones de euros el año pasado, tras crecer un 2,3%.

Pese a la alza, la producción en conjunto se redujo un 4,3% el año pasado, algo que según la consultora ha permitido proteger la caja de las empresas y ahorrar entre 80 y 100 millones al sector en un ejerci-

cio especialmente complicado por los efectos de la pandemia.

Para la consultora, las operaciones corporativas y procesos de concentración que se han desatado en los últimos años continuarán y la mejor muestra de la eficacia de esos procesos es que esas diez primeras empresas concentran aún en mucha mayor medida la rentabilidad del sector: suponen el 75% del beneficio bruto de explotación (ebitda), que supera los 550 millones en conjunto.

Pese a la entrada de inversores financieros como fondos y capital riesgo, además de alguna multinacional internacional, apenas el 19% de las ventas pertenecen a firmas de socios financieros o industriales. Entre los diez mayores grupos del sector,

seis siguen estando controlados por familias fundadoras.

En el caso de los cuatro primeros, ésta es la situación de tres: Pamesa de Fernando Roig, Porcelanosa, de las familias Soriano y Colonques, y STN, de la familia Aparici. El grupo británico cotizado Victoria, dueño de Keraben y Saloni, es el único con otra estructura accionarial. "En este contexto las empresas con tamaño de entre 50 y 250 millones se ven abocadas a ganar tamaño y en ellas hay presencia de inversores que además en algún momento tendrán que salir del capital", explicó Gerardo Yagüe, socio de Financial Advisory de Zona Este de Deloitte.

Otra de las tendencias del sector es el cada vez menor mercado para fabricantes tradicionales que apuestan por todos los formatos y gamas. El 46% de las ventas corresponden a grupos que han optado por grandes volúmenes para generar sinergias de escala y otro 21% de las ventas está en manos de las marcas de gama alta o media-alta. Para la consultora, el 26% del negocio en manos de empre-

Los costes energéticos y del CO2 se erigen en los principales riesgos para los fabricantes

sas intermedias tendrá que tender a buscar un nicho especializado o a los proceso de concentración en su mayoría.

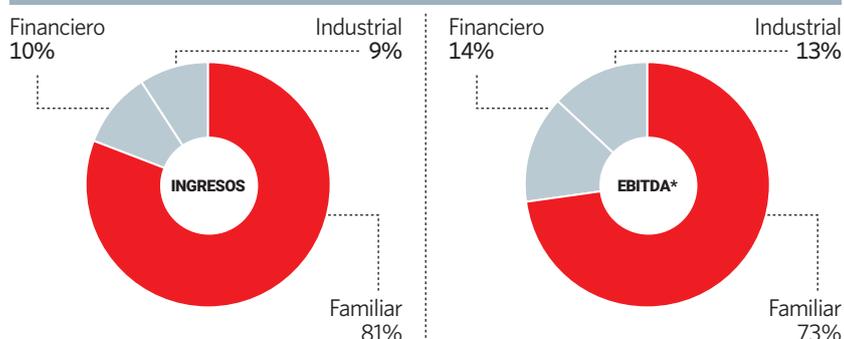
Alfredo Vasallo, senior manager de Financial Advisory de Deloitte y principal autor del informe, ha manifestado que "el *gap* de precios con Italia, próximo a 5 euros si se elimina el efecto del *mix* geográfico y de producto, debe suponer un incentivo para la industria azulejera de cara a fortalecer la marca-país, apostar por estrategias comerciales de diferenciación, racionalizar la innovación y orientar los planes de negocio hacia una visión de generación de caja y creación de valor".

Junto a estos factores de oportunidad de crecimiento, existen también otros elementos que, previsiblemente, supondrán a corto plazo un reto para la defender la competitividad de la industria azulejera española. El elevado coste de los derechos de CO2, actualmente en máximos, supone un reto para mantener la rentabilidad del sector y lograr competir en igualdad de condiciones con otros polos productores no europeos que no cuentan con estas importantes restricciones operativas.

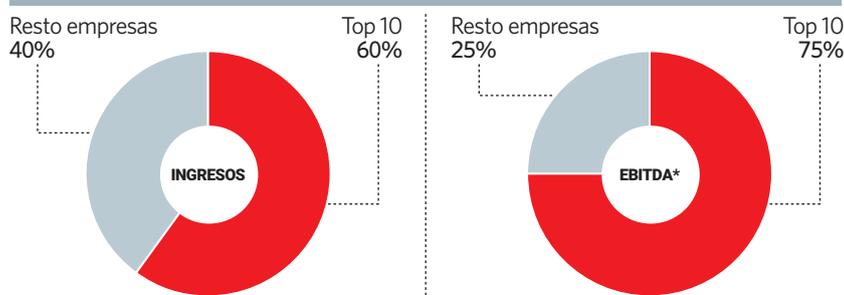
Pese a calificar 2020 como un año mucho mejor de lo esperado por las circunstancias del coronavirus cuando se salió del confinamiento, desde Deloitte también se apuntaron riesgos para la industria es-

La estructura del sector azulejero

Por tipo de accionistas



Por tamaño



Por posicionamiento (%)

	INGRESOS	EBITDA*
Producción externalizada	2	2
Especialización nicho	5	7
Premium	21	32
Intermedio	26	17
Volumen	46	41

(*) Beneficio bruto de explotación.

Fuente: Informe sectorial de la industria cerámica 2021, Deloitte.

elEconomista

pañola, fundamentalmente el alza de los costes de los derechos de CO2, que casi se ha doblado respecto al año anterior y se ha convertido en un producto financiero. "En 10 años el coste estimado de los derechos para el sector puede situarse entre 300 y 400 millones de euros, lo que representa más del 60% del ebitda de un año de las empresas españolas", explicó Vasallo.

Asimismo, el coste del transporte marítimo, que se ha incrementado más de un 150% en la pandemia, supone otro importante freno para un producto que, de partida, cuenta con restricciones naturales su exportación a grandes distancias. Salvo que se adopten reformas regulatorias para atenuar o compensar la tendencia alcista de los derechos de CO2 o que la normalización de la economía revierta la presión de costes en la cadena logística, estas circunstancias obligarán a la industria a buscar nuevas vías para crear valor, ser más eficientes y amortiguar dichos efectos en su cuenta de resultados.



Javier Arribas

Socio de Financial Advisory de Deloitte
en Comunidad Valenciana y Región de Murcia

La industria cerámica, un pilar esencial de nuestra economía

La industria cerámica constituye un pilar esencial para la economía de la Comunidad Valenciana, en especial en la provincia de Castellón, donde es una industria fundamental. Su fortaleza se ha evidenciado durante un complejo 2020, en el que ha dado muestras de su buena salud y su capacidad de resistencia ante los períodos de crisis, afrontando la coyuntura de la pandemia de forma solvente. Los resultados del ejercicio 2020 han sido positivos. La industria cerámica española experimentó un crecimiento de la facturación de un 2,3% respecto al año anterior. El mercado nacional tuvo una caída limitada (-4%), mientras que las exportaciones evolucionaron de forma positiva (+4,4%).

De este modo, fuera de nuestras fronteras, Europa sigue siendo la principal región comercial para el azulejo español, con el 47,8% del valor de las exportaciones. Destaca la progresión seguida por la industria azulejera en mercados estratégicos como EE.UU. (+18%), así como en Alemania (+20%) o Francia (+5%), mercados crecientes y de valor añadido, donde la presencia del azulejo español aun es baja y donde existe un amplio recorrido de mejora.

Estamos ahora ante un contexto atractivo que invita a mantener una perspectiva estratégica optimista a la hora de construir planes de negocio e inversión, aprovechando coyunturas internacionales estratégicas como la política *antidumping* de EE.UU. con respecto a China y el desbloqueo comercial al azulejo español en Arabia Saudí. Dos estímulos extra para aumentar la competitividad en el corto y medio plazo.

Si España tiene un competidor en el mercado internacional en este sector, éste no es otro que Italia. El precio de venta por metro cuadrado de los fabricantes italianos sigue siendo mayor que el del producto nacional, si bien, ese diferencial es matizable. España tiene un precio de exportación agregado un 59% inferior al de Italia, lo que está influenciado de manera relevante por el mix geográfico y de producto, que sitúa a Italia en mercados y productos de mayor valor añadido. En mercados comparables, la diferencia se reduce al 35%. En este sentido, vemos una oportunidad para avanzar en mejorar el posicionamiento comercial en mercados de renta alta, especialmente en Francia y Alemania, donde España con-



centra un 11% de las exportaciones frente al 31% de Italia. Y se pone de manifiesto una asignatura pendiente: fortalecer la marca país.

Es un reto crucial para incrementar imagen y precio medio de exportación. Contamos con una industria que lleva en su ADN el *know-how*, los recursos y el empuje necesario para aspirar a un mayor y mejor posicionamiento en mercados y productos de mayor valor añadido, apostando por la innovación y la diferenciación como factores competitivos más importantes a considerar. Esta tendencia, que tendrá que ser liderada por las empresas más punteras de nuestra industria, sin duda beneficiará al conjunto del sector.

La actividad fusiones y adquisiciones ha quedado en stand-by durante la pandemia por diversos factores como la incertidumbre del comportamiento del sector en 2020, la necesidad de atender las prioridades de negocio, el mantenimiento de las expectativas de valoración, la reorientación del interés de los inversores financieros hacia otros sectores o el agotamiento paulatino del racional de fragmentación. Pero el dinamismo del mercado transaccional podría reactivarse en el medio plazo en torno a seis potenciales racionales: desinversiones de los actuales inversores financieros, fusiones entre grandes operadores, salidas a bolsa, adquisiciones tácticas, alianzas entre empresas españolas e italianas e internacionalización inorgánica.



■

Ha crecido en un ejercicio complejo y afronta la recuperación con Estados Unidos como principal vector de expansión

■

El sector ha priorizado estos meses difíciles dos aspectos clave: asegurar el bienestar sanitario y social de sus trabajadores y, por extensión, de las empresas; y dejar pausadas estas operaciones corporativas a la espera de la tan ansiada estabilidad post-pandemia. En este ámbito, es importante tener en cuenta que, aunque la presencia de inversores financieros e industriales es significativa, la industria mantiene una estructura de propiedad predominantemente familiar, con el 73% del ebitda en manos de este tipo de compañías, y con una notable concentración en el *top 10* de operadores. Es de esperar que la actividad corporativa se reactive durante el último trimestre de 2021 y principios de 2022.

En cuanto a los factores de oportunidad para seguir creciendo, EE.UU. sigue siendo fundamental al mostrar un elevado crecimiento en el sector de la construcción y en el mercado de las reformas, donde el consumidor está cada vez más orientado al valor y donde las soluciones cerámicas, junto con otros productos sustitutivos, como el vinilo, crecen orgánicamente y, adicionalmente, van ganando cuota de mercado frente a productos tradicionales como la moqueta.

Junto a éstos, existen también otros elementos que, previsiblemente, supondrán a corto plazo un reto para la defender la competitividad de la industria azulejera española. El elevado coste de los derechos de CO2, actualmente en máximos, supone un reto para mantener la rentabilidad del sector y lograr competir en igualdad de condiciones con otros polos productores no europeos que no cuentan con estas importantes restricciones operativas. Asimismo, el coste del transporte marítimo, que se ha incrementado más de un 150% en la pandemia, supone otro importante freno para un producto que, de partida, cuenta con restricciones naturales para su exportación a grandes distancias.

Salvo que se adopten reformas regulatorias para atenuar o compensar la tendencia alcista de los derechos de CO2 o que la normalización de la economía revierta la presión de costes en la cadena logística, estas circunstancias obligarán a la industria a buscar nuevas vías para crear valor, ser más eficientes y amortiguar dichos efectos en su cuenta de resultados. En todo caso, nos encontramos con un sector resiliente y dinámico, con unas perspectivas de crecimiento muy positivas, basadas en gran medida en la creciente presencia en mercados estratégicos, y cuya fortaleza no pasa desapercibida para los inversores.

Javier García del Río,
presidente ejecutivo de Sareb.
Alberto Martín



Una de cada cuatro casas que vendió Sareb en 2020 está en la autonomía

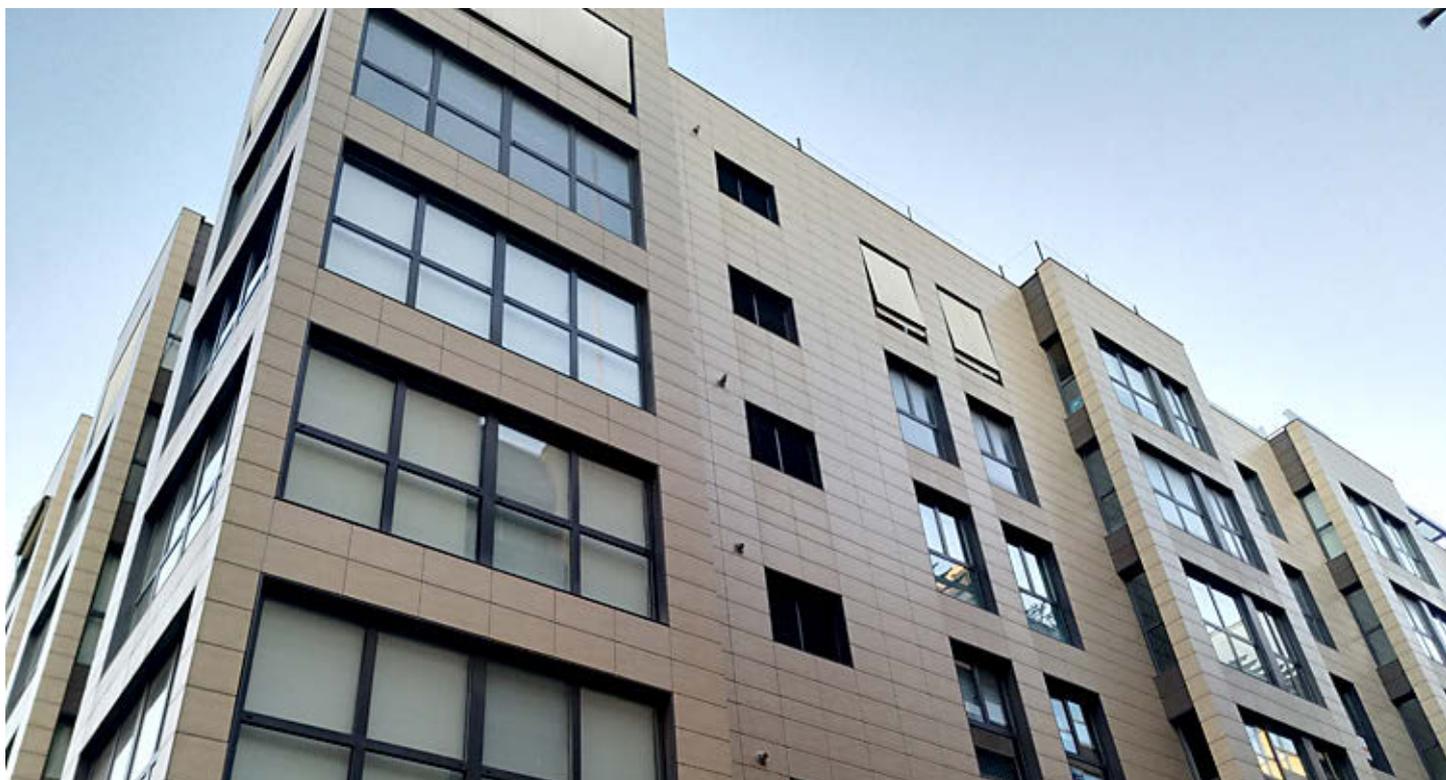
La Comunitat Valenciana se mantiene como el primer mercado residencial y en unidades totales del 'banco malo', que ingresó cerca de 147 millones con el traspaso de inmuebles en las tres provincias el año pasado.

Á.C.Álvarez

Aunque el estado de alarma, el confinamiento y las restricciones afectaron el año pasado al negocio inmobiliario de la Sociedad de Gestión de Activos Procedentes de la Reestructuración Bancaria (Sareb), lo que no se modificó fue que la Comunitat Valenciana se mantuvo como su primer mercado residencial de toda España por número de inmuebles traspasados.

El 21% de las 10.359 unidades inmobiliarias vendidas por el conocido como *banco malo* el año pasado se ubicaron en las tres provincias de la autonomía, lo que la mantuvo como la primera comunidad de España según destaca la memoria de Sareb. Unos activos que supusieron el 17,3% del valor de los inmuebles traspasados, que ascendieron a 848 millones de euros. Es decir, en la Comunitat Valenciana la entidad vendió tanto viviendas, como suelo e inmuebles terciarios por cerca de 147 millones de euros.

Sin duda el principal negocio de Sareb en la autonomía son los activos residenciales propios, que en su mayoría heredó de Banco de Valencia y Banca



Edificio de viviendas promovido por la entidad. eE

ja. En toda España ascendido a 557,5 millones de euros en 2020, un 24,5 % menos que en el ejercicio previo. Territorialmente, de las 8.912 unidades traspasadas en toda España, el 25,5% se ubicaban en la Comunitat Valenciana, es decir, cerca de 2.200 viviendas. Unas casas que supusieron el 22,9% del valor total, que en toda España.

Entre esos traspasos, el año pasado el *banco malo* firmó un contrato de venta de 75 unidades a la Con-

2.218

nuevas viviendas prevé promover directamente y a través de Arqura Homes hasta 2027

sellería de Vivienda y Arquitectura Bioclimática por un importe de 4,9 millones de euros, aunque el precio inicial de negociación había sido de 5,9 millones.

También en los mercados de suelo y oficinas la Comunitat Valenciana ocupa un puesto destacado en el negocio de Sareb, aunque en ambos casos Cataluña la supera en aportación.

Según refleja la memoria, en el conjunto del año pasado, las ventas de suelos propios alcanzaron los 107,4 millones de euros en términos de precio escriturado, un 18,6 % menos que el año anterior.

Por comunidades autónomas, Cataluña se situó a la cabeza con el 26 %, mientras que la Comunitat Valenciana se situó por detrás y representó el 15% del total.

En cuanto a los inmuebles terciario como oficinas, sin duda fueron el sector más afectado por la pandemia. Por este motivo el volumen alcanzado en toda España por Sareb fue de 56,9 millones de euros en 2020, un 50,5 % menos que en 2019. El mayor importe se concentró en Cataluña, que representó el 15 %, mientras que Comunitat Valenciana y Canarias fueron las siguientes autonomías, ambas con cerca del 14%.

Inversión de 176 millones con Arqura Homes

Con ese importante peso dentro de la cartera comercial la Comunitat Valenciana también es uno de los focos donde la firma que dirige Javier García del Río prevé desarrollar nuevas promociones. A través de Arqura Homes prevé promover 1.266 viviendas en la Comunitat Valenciana con una inversión de 176,4 millones de euros hasta el año 2027. Además prevé desarrollar otras 952 viviendas promovidas directamente.

Por otro lado, Sareb también heredó un importante volumen de préstamos y créditos de las entidades bancarias ligados al inmobiliario. En el caso de la Comunitat Valenciana ese pasivo se redujo prácticamente a la mitad, de 3.376,4 millones de euros en 2019 a 1.128,96 millones en 2020.



Un equipo de la empresa de ciclo de agua tomando muestras.

Facsa amplía su batalla contra el Covid a las nuevas variantes

Su proyecto europeo con inteligencia artificial para detectar el virus en aguas residuales permitirá diferenciar también nuevas variantes

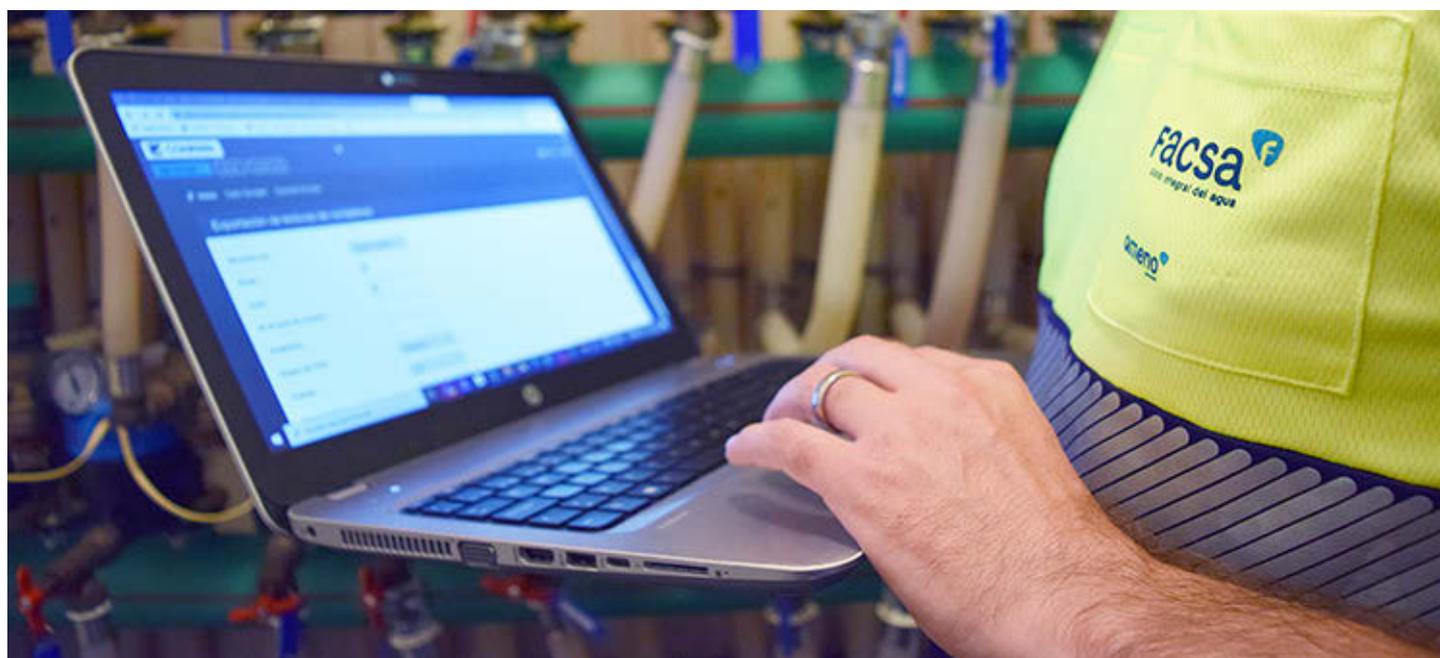
elEconomista. Fotos: eE

La empresa del castellanense Grupo Gimeno especializada en la gestión del ciclo integral del agua, Facsa, ha dado un paso más en las herramientas que ha desarrollado para poder combatir el coronavirus mediante la detección precoz del virus en las redes de de aguas residuales que gestiona.

En el marco de Waternology, su cartera de soluciones digitales que permitan mejorar la gestión de los servicios del ciclo integral, la compañía ha puesto en marcha desde el inicio de la pandemia dos innovadores proyectos de vigilancia medioambiental para la lucha contra el Covid-19: Covid Water y Tracker. Este último es un proyecto que ha conseguido financiación europea en el que aho-

ra se da un nuevo paso hacia delante gracias a la colaboración con el centro tecnológico catalán Leitat.

La innovadora plataforma, basada en un sistema de información geográfica combina indicadores de monitoreo clínico del coronavirus con los datos obtenidos a partir de las aguas residuales. Todo ello a fin de predecir brotes de ciertas variantes y linajes, que ahora se ven ampliadas a través del trabajo conjunto con su socio tecnológico. Una colaboración que se encuentra en líneas con los objetivos marcados por la Comisión Europea en el informe de recomendaciones sobre el seguimiento del Covid-19 y sus variantes en las aguas residuales de la UE.



Facsa aplica tecnologías como la Inteligencia Artificial para estas soluciones de detección y prevención.

Para ampliar a nuevas variantes del coronavirus la detección, se recurrirá a la epidemiología genómica y se realizará un análisis mediante técnicas genómicas avanzadas, en concreto, secuenciación masiva dirigida. Junto al habitual seguimiento por PCR de las variantes salvajes y otras nuevas -como las detectadas en Reino Unido, Sudáfrica, Brasil e India- Facsa ampliará el campo de estudio para también detectar de manera temprana nuevas variantes que puedan no haberse detectado todavía a partir de muestras clínicas, y cuya presencia sea significativa y pueda representar un riesgo en el futuro para la población.

Además, el análisis permitirá reconstruir la secuencia genómica de las distintas variantes y, por tanto, estudiar su evolución a lo largo del tiempo a fin de poder llevar a cabo un mayor control y seguimiento del material genético del virus.

Con todo ello, esta herramienta -que pone en valor el agua residual como importante fuente de información para mejorar la salud de la población- continúa haciendo posible, entre otras cosas evaluar el seguimiento de los programas de vacunación, mejorar la gestión de la epidemia al justificar las modificaciones entre fases y seguir colaborando en el control, prevención y seguimiento de brotes junto con las autoridades encargadas de garantizar la salud pública.

El proyecto Tracker ha sido financiado por la Comisión Europea a través del programa Horizonte 2020, tras ser uno de los 18 seleccionados en la primera ronda de ayudas, de entre un total de 135 solicitudes provenientes de 21 países diferentes.

Facsa ha implantado sus soluciones para combatir el Covid en las redes en las que está presente. por ejemplo el Gobierno del Principado de Asturias y el Consorcio de Aguas de Asturias (Cadasa) encargaron a Facsa la puesta en marcha de Covid Water en las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDARs) de la tercera ciudad de esa autonomía, Avilés, además de en otras poblaciones como Llanes, Baiña, Lluarca y Tineo.

Recientemente la empresa castellanense también logró la adjudicación por parte de Cadasa de la gestión del Servicio de explotación, mantenimiento y conservación del sistema de abastecimiento de la zona costera occidental de Asturias. El contrato, que cuenta con un presupuesto superior al millón de eu-



La firma ha logrado financiación europea para su proyecto Tracker y colabora con Leitat

ros, supone garantizar la red en alta para más de 30.000 habitantes de Navia, Coaña, Villayón, El Franco, Tapia, Castropol y Vegadeo.

Con este contrato, la centenaria compañía de Grupo Gimeno amplía su presencia en Asturias, donde ya gestiona los contratos de lecturas del concejo de Siero, ubicado entre Oviedo y Gijón, y su renovación del parque de contadores y paso a telelectura, así como las depuradoras de Cangas de Narcea y Tineo, ubicadas en el interior de la comunidad autónoma.



Guillermo Prats
Socio de Improven

La empresa a doble velocidad: cómo ser flexible ante la incertidumbre

La pandemia de la Covid-19 está remitiendo. A nivel sanitario el promedio de contagios está en niveles del verano 2020, las empresas empiezan a alcanzar en su actividad cifras más normales excepto los sectores más afectados por regulaciones sanitarias nacionales (hostelería) o internacionales (turismo). La crisis de financiación de las empresas se ha evitado con los créditos ICO empujados por la Unión Europea y los Fondos Europeos para la Recuperación prometen (veremos en qué queda para la mayoría de las empresas españolas) inundar la economía con miles de millones. Además, indicadores con buen pulso de las expectativas de la gente como el Índice de Confianza del Consumidor del INE llevan 5 meses creciendo. Parece que hay luz al final del túnel.

Pero no todo es positivo: además del efecto resaca de la pandemia y el temor de nuevos repuntes y restricciones sanitarias, hay malas noticias: las materias primas están sufriendo un gran incremento (petróleo y plásticos, madera, metales, productos químicos, alimentos básicos...), los fletes marítimos se han incrementado más de un 100% y los costes de la energía siguen aumentando, al igual que los precios del CO2.

Esto incide en la rentabilidad de las empresas, que, en sectores con la demanda muy concentrada como en el caso de los proveedores de la Gran Distribución, no pueden trasladar esos incrementos de precio a sus clientes, además del potencial efecto en la inflación (y descenso consecuente de la renta disponible para el consumo) que puede tener. En esta esquizofrenia es donde tienen que vivir los empresarios españoles los próximos meses. Muy buenas noticias y otras muy malas, sin saber qué efecto van a tener estos eventos sobre sus empresas. Pero, ¿cómo debemos los empresarios prepararnos para esta montaña rusa?

Flexibilidad. Este es un concepto cada vez más utilizado para definir cómo deben ser las empresas, pero muy pocas veces está lo suficientemente explicado. Vamos a concretar un poco más.

Rapidez en la toma de decisiones. Las empresas deben moverse, tomar decisiones, buscar siempre nuevas oportunidades (clientes, proveedores, productos,



tecnología...), pero deben tener puestas las luces largas (a nivel estratégico), y a nivel táctico (que es de lo que esencialmente hablamos en este artículo), tenemos que tomar sin dudar las decisiones adecuadas para asegurar nuestra rentabilidad, reduciendo riesgos o controlándolos y compensándolos por otro lado. Para ser flexible, debemos saber de dónde viene el viento, es imprescindible implementar muy bien el siguiente punto.

Monitorización continua para reaccionar. Proveedores, clientes, competidores, asociaciones sectoriales, indicadores macroeconómicos y microeconómicos... hay que definir las fuentes de origen, los indicadores y los rangos numéricos que deben disparar nuestras alarmas para tomar decisiones. Precio del kw/h, margen bruto mínimo por producto, coste de personal sobre ingresos... son ejemplos de indicadores a controlar (dependerán del sector y de la empresa).

Control de gestión muy detallado de la empresa. La empresa debe analizarse como un conjunto de pequeñas cuentas de resultados por cliente, mercado, segmentos de cliente, producto, familia de producto... para que se puedan separar y tomar decisiones drásticas con conocimiento de causa. No es lo mismo tener una enfermedad en general, que saber qué parte del cuerpo hay que tratar (o, en última instancia, amputar). Por experiencia, las empresas con malos resultados no los tienen porque hagan todo un poco mal, sino porque hacen cosas bien y cosas mal que les hacen perder rentabilidad. Su problema es que no tienen claro qué hacen mal, y eso acaba arrastrando los resultados de toda la empresa.



■

Las empresas viven pendientes de aumentos desorbitados de demanda, vigilando que no caiga ante un empeoramiento

■

Talento: es necesaria gente dinámica, rápida, proactiva y emprendedora. Sí, parece un proceso de selección para *startups*. Sin embargo, debemos contar con perfiles con experiencia, con visión a largo plazo, que sepan manejarse en situaciones críticas con templanza. La mezcla de perfiles más dinámicos y otros con gran experiencia va a ser determinante en este momento.

Comunicación continua del equipo. Que toda la cadena de valor de la empresa representada por todos los departamentos conozca la realidad del mercado es la mejor manera de enfocar a toda la organización hacia el cliente. Podemos poner ejemplos como la colaboración entre el área comercial, atención al cliente y financiero para la mejora de los cobros y de la tesorería, implantar una política de *Sales & Operation Planning*, haciendo colaborar el área comercial, el de planificación y la producción... existen muchas metodologías con resultados positivos.

Colaboración. Colaborar a la hora de incurrir en gastos o inversiones. Si hay capacidad ociosa en un potencial colaborador, ¿por qué no usarla? Si podemos producir más sin invertir y no tenemos seguridad de éxito ¿por qué no aprovechar las inversiones de otros? No es el momento de arriesgar, pero posiblemente, sí de captar mercado. Hagámoslo sin poner en riesgo nuestra salud financiera.

Decisiones claras en la gama de producto. El portfolio de productos o servicios de una empresa define la claridad y coherencia de la estrategia y la ejecución. La gama de productos debe ser sólida, clara, ajustada a las necesidades del cliente y a la propuesta de valor. Debemos realizar apuestas e, igual de importante es realizar renunciaciones. Las referencias con pocas ventas son lastres en la rentabilidad de la empresa y provocan más gastos que ingresos.

Estos son algunos de los consejos que las empresas deben seguir. Son recomendaciones que debemos hacer coherentes con la estrategia de la empresa (no olvidemos para qué existe la empresa y por qué nos compran nuestros clientes, es la mejor manera de darle coherencia a nuestras decisiones). Sin duda, si hemos llegado hasta aquí y somos capaces de acometer los próximos meses con éxito, nuestra organización será capaz de cualquier cosa.



El centro hospitalario que gestiona Ribera en Elche.

El Hospital del Vinalopó: 130 millones de inversión en 11 años

El departamento de salud del Vinalopó-Elche en Alicante celebra el aniversario de la puesta en marcha de la concesión a Ribera tras renovar el área de radiodiagnóstico con 3 millones

Ángel C. Álvarez. Fotos: eE

El grupo sanitario Ribera ha invertido 130 millones de euros en el departamento sanitario del Vinalopó-Elche, que tiene como centro de referencia ese hospital, en los 11 años desde que el centro inició su andadura el 1 de junio de 2010. La empresa sanitaria asumió esa actividad mediante la concesión de la gestión del área sanitaria de la Conselleria de Sanidad.

Desde la empresa se apunta que en los próximos cuatro años de contrato aún en vigor el desembolso puede incrementarse. Sólo en 2020, el Hospital Universitario del Vinalopó ha renovado el equipo de PET-TAC y la resonancia magnética, colocando el área de diagnóstico por la imagen con tecnología puntera no disponible en otros centros del entorno. Esta apuesta por la tecnología de última generación ha supuesto una inversión de alrededor de 3 millones de euros.

"Ha sido un año difícil en el que hemos vivido una tercera ola de Covid-19 que ha afectado especialmente a nuestra población. Tras un principio de año complicado, en el que hemos triplicado nuestra capacidad de UCI manteniendo, por ejemplo, en todo momento la atención a pacientes crónicos y oncológicos, estamos a pleno rendimiento para ofrecer tiempos de espera óptimos a nuestros pacientes", explicó Rafael Carrasco, doctor y gerente del departamento de Salud durante el balance de la actividad del centro.

Vinalopó Salud celebra esta fecha tras haber pasado por el pico epidemiológico que más ha afectado a su población, poniendo a prueba la capacidad de adaptación de circuitos garantizando, en todo momento, la asistencia sanitaria de los pacientes. Tras la recuperación de la actividad normal en consultas, pruebas y quirófano, el Hospital

Universitario del Vinalopó cuenta con una demora media de tan solo 46 días, frente a los 127 días que presenta de media el conjunto de los centros de la Conselleria de Sanidad.

Durante estos 11 años de vida, el hospital ha realizado algo más de 176.000 intervenciones quirúrgicas y casi dos millones de pruebas radiológicas. Además, el departamento en su conjunto ha atendido más de 1,4 millones de urgencias sanitarias en el sur de Alicante y algo más de 928.000 urgencias hospitalarias.

Su lista de espera se sitúa en 46 días de media, frente a los 127 días del sistema en su conjunto

El equipo directivo del centro ha presentado el balance del último año en el que han destacado los mínimos tiempos de espera en comparación con la Comunidad Valenciana, la alta satisfacción de pacientes. Un indicador avalado por el informe de auditoría de la Sindicatura de Cuentas de la Generalitat Valenciana sobre el modelo concesional.

El departamento ha contado este año con la primera promoción de médicos internos residentes (MIR) en las especialidades de Pediatría, Medicina Familiar y Comunitaria, Ginecología y Obstetricia, Medicina Interna, Oftalmología, Cirugía General y Aparato Digestivo, Medicina Física y Rehabilitación, Medicina Intensiva, Anatomía Patológica y Cirugía Or-

topédica y Traumatología, así como Enfermeros Internos Residentes (EIR) de Pediatría, Enfermería Familiar y Comunitaria y Ginecología y Obstetricia. Un total de 24 plazas de formación acreditadas que se suman a los más de 700 estudiantes universitarios y otros centros de formación que cada año se forman en este departamento.

Cartera de servicios

El Gerente ha recordado en rueda de prensa que el hospital cuenta con una amplia cartera de servicios con más de 60 especialidades para ofrecer a nuestros pacientes una atención sanitaria completa con servicios superespecializados no disponibles en centros del entorno, lo que permite, junto con una adecuada gestión, que sea uno de los hospitales que menos pacientes deriva a otros centros.

Además, ha recordado que es uno de los pocos hospitales en contar con un protocolo de visita de mascotas para pacientes de larga estancia, así como con un plan de diversidad funcional severa o grave que garantiza la accesibilidad universal en la atención sanitaria.

El departamento de salud del Vinalopó también, ha empezado a aplicar inteligencia artificial y tecnología de voz a modo de cuidador virtual en un proyecto piloto con pacientes paliativos, atendidos por la Unidad de Hospitalización a Domicilio (UHD). Este servicio permite el seguimiento de pacientes paliativos oncológicos o no, con la tecnología de la *startup* Tucuvi, apadrinada por Ribera dentro del programa Corporate de Lanzadera.

El Consell se enreda con la empresa pública para Torrevieja

Los planes de la Conselleria de Sanidad para crear una empresa pública que además de asumir los servicios de imagen médica que ahora están externalizados y la farmacia de los centros geriátricos públicos pudiera encargarse del departamento de salud de Torrevieja cuando finalice la concesión de Ribera a finales de este año siguen encallados. Los socios del Gobierno de coalición, Compromís y Podemos, rechazan esa fórmula para la reversión de la gestión y apuestan porque sea directamente Sanidad quien gestione el área, como se hizo con el hospital de La Ribera en Alzira (Valencia).

Precisamente los socialistas buscaban con esta fórmula evitar en parte los altos costes y los problemas que conllevó el traspaso de ese centro sanitario. Con una empresa de derecho privado y propiedad pública podían evitar algunos de los requerimientos que supone incluir al personal y a sus activos en la Administración pública, con los inconvenientes de agilidad y rapidez que conlleva, además de en costes.



En el centro, el gerente del departamento, Rafael Carrasco.



Así innova Consum: de cajas de autoservicio a realidad virtual

La cooperativa de supermercados destinó 19,4 millones de euros a innovación el año pasado, un 44% más. Una actividad que canaliza a través de su Oficina de Transformación Digital.

Á.C.Á. Fotos: EE

Tras probar en dos tiendas las cajas de autoservicio ahora las extenderá, aunque siempre junto a las tradicionales.

En la última presentación de resultados de Consum, el director general de la cadena de supermercados valenciana, Juan Luis Durich desveló que uno de los planes que tiene previsto la firma de distribución es instalar en sus tiendas más modernas cajas de autoservicio. Una novedad con la que pretende agilizar el pago en la sección de cajas, aunque dejando claro que siempre mantendrá una parte de la línea de cajas tradicionales con su personal.

Lo cierto es que la cooperativa valenciana ya ha estado poniendo a prueba ese sistema durante el año pasado en dos de sus tiendas con un proyecto piloto que ha formado planta de su programa de inversión en innovación del año pasado. La cooperativa pese a la pandemia dio un importante empujón a su actividad de I+D+i en 2020, al aumentar su inversión un 44% respecto al año anterior y destinar 19,4 millones de euros a esta actividad.

Los resultados del proyecto piloto en el caso de las autocajas han sido satisfactorios y por ello se ha decidido extenderlo a más puntos de venta. Este tipo de cajas de autoservicio están orientadas a compras pequeñas y pagos con tarjeta, y su funcionamiento se basa en que el propio cliente escanee los productos y después realice el pago de forma autó-

Con las 'autocajas' prevé agilizar las pequeñas compras que se pagan con tarjeta

noma, sin necesidad de que ningún trabajador intervenga. De este modo, se reducen los tiempos de espera en caja y se optimizan los procesos.

Consum cuenta con una Oficina de Transformación Digital (OTD), cuyo objetivo principal es fomen-



El sistema de realidad virtual con el que la cooperativa empezará a formar a partir de septiembre.

tar una cultura organizativa basada en la innovación y facilitar la incorporación de las nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia de los procesos y mejorar la experiencia de los clientes y trabajadores, como en el caso de los proyectos innovadores. La OTD tiene el rol de impulsar la tecnología en las distintas áreas de negocio, identificar nuevas oportunidades, servir de apoyo en procesos de selección de tecnologías y mejorar la comunicación interna. Los proyectos puestos en marcha en el marco de la OTD se trabajan mediante metodologías de trabajo ágiles, pudiendo implicar a cualquier fase de la cadena de valor, y siempre con carácter experiencial.

Esta oficina, ha puesto en marcha 14 proyectos, de los cuales se han finalizado 3. Además de las cajas de autoservicio, ya ha lanzado al mercado su tique electrónico, que permite socios-clientes el tique de compra digital para todas aquellas compras realizadas tanto en los supermercados como en la tienda *online*. De momento, la opción de tique electrónico sigue conviviendo con el tique en papel, pero se está trabajando para dejar de imprimirlo siempre que el cliente lo solicite, evitando así el consumo innecesario de papel. Entre los proyectos que aún tiene en desarrollo se encuentra Splra, una herramienta para la gestión de precios y del nuevo modelo de *pricing* que permitirá seguir mejorando el posicionamiento competitivo de la cooperativa.

Formación con realidad virtual

Consum también está apostando por la realidad virtual para la formación de su personal de caja y lo está haciendo de la mano de LabLeni-I3B, pertene-

Más seguridad para tiendas... y frente a los ciberataques

Uno de los quebraderos de cabeza de los supermercados son los pequeños hurtos. Consum instaló en 2018 sistemas de Checkpoint System que son capaces de funcionar a pesar del uso de inhibidores. La colaboración con esta compañía con la pandemia le llevó a instalar los sistemas de aforo en tiempo real para poder controlar el número de personas en cada una de sus tiendas. Pero no es la única inversión en seguridad. Otro de sus programas de innovación busca detectar ataques ocultos y continuos a los sistemas informáticos de la cooperativa con la creación de un servicio de detección de amenazas avanzadas persistentes.

ciente a la Universidad Politécnica de Valencia con unos cursos que se empezarán a implementar a partir de septiembre.

La formación, que está desarrollando LabLeni-I3B, consiste en una plataforma de realidad virtual, con entornos virtuales realistas y modulables, que permitirán la transferencia de conocimientos a la realidad. El sistema está basado en la simulación y contextualización, para lo cual se van a utilizar avatares que simularán las diferentes situaciones reales que se podrían dar con clientes en la línea de cajas.

El año pasado llegó a cabo 14 proyectos innovadores, de los que ha finalizado ya tres

La formación con realidad virtual tiene múltiples ventajas tanto para el trabajador, ya que aumenta el compromiso y mejora la retención de conocimiento, como para la empresa, por su mayor eficiencia y la reducción de los costes. Frente a las posibles distracciones de cualquier clase, un entorno virtual capta completamente la atención, de forma que, miren donde miren los alumnos, se encuentran dentro del entorno formativo.

Consum ha invertido un 0,88% de su masa salarial en formación en 2020, lo que supuso un total de 3,9 millones de euros, equivalente a 227,42 euros por trabajador. Durante el año pasado, los trabajadores realizaron de media 27,4 horas de formación.

**María Navarro**

Gerente de la Asociación de Diseñadores
de la Comunitat Valenciana (ADCV)

El diseño y su potencial para la innovación y la adaptación al cambio en las empresas

El diseño es una de las herramientas más poderosas para la innovación y la adaptación al cambio que se encuentra al alcance de todo tipo de organizaciones, sin importar tamaño o sector de actividad. En el complejo contexto actual, el diseño está demostrando, una vez más, ser un excelente aliado a la hora de resolver problemas, redefinir estrategias, modelos de negocio y procesos, aprovechar oportunidades y encontrar nuevos enfoques competitivos.

Pero, ¿sabemos cómo usar ese potencial estratégico? ¿Estamos haciendo un uso eficiente del diseño en nuestra empresa? En el informe *La economía del diseño en la Comunitat Valenciana* de ADCV, basado en el estudio de más de 1.300 empresas, se detectó un alto porcentaje de empresas que hace uso "oculto" o inconsciente del diseño. Esto es, más de un 80% del sector empresarial incorpora el uso del diseño en sus negocios, pero no siempre es conocedor de que lo está haciendo. Por lo tanto, ¿es posible que se estén perdiendo oportunidades de alcanzar eficazmente los objetivos por no gestionar de manera adecuada el diseño?

Para ayudar a las empresas a entender cómo el diseño puede proporcionar mejoras en su productividad y su posicionamiento la Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV) ha creado D-Tool, con el apoyo de la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI).

D-Tool es una herramienta *online* gratuita de análisis estratégico del uso del diseño para orientar a cada organización a encontrar sus respuestas y conocer las ventajas y el valor que el diseño puede aportar si es gestionado con propósito. En menos de 15 minutos, este autodiagnóstico permite evaluar en qué grado y de qué manera la empresa se relaciona con el diseño en ese momento, abriendo una reflexión sobre las oportunidades que genera su integración estratégica, en términos de mejora de su posición en el mercado -con productos y servicios diferenciales y con valor añadido-, de su productividad, calidad, sostenibilidad y, gracias a todo ello, en resultados.

El diagnóstico a través de D-Tool es personalizado para cada organización y necesita que se aporte información concreta, por lo que recomendamos que, quien



lo vaya a realizar, tenga un conocimiento global de la entidad. Una vez completado el proceso, se genera un informe inmediato y personalizado, basado en los datos facilitados y en los cruces de las respuestas, aplicando tres herramientas específicas, por un lado, la Design Ladder, creada por el Danish Design Centre, y por otro, la Brújula del Diseño y los Patrones de utilidad del diseño, herramientas propias de la ADCV que proceden del estudio *La economía del diseño en la Comunitat Valenciana*.

En este documento, resultado del autodiagnóstico, se ofrecen una serie de propuestas o posibles soluciones que el diseño puede aportar a los problemas o dificultades que la empresa ha expresado. Al ser resultado, pero también proceso de creación con un propósito, habitualmente resolver problemas, cubrir necesidades o bien proponer mejoras o innovaciones, el diseño condiciona todos los aspectos de la vida de un proyecto.

Su accesibilidad y su enfoque práctico han propiciado que, transcurrido un poco más de un año desde su lanzamiento, D-Tool haya sido utilizada ya por más de 200 empresas de la Comunitat Valenciana. A través de su experiencia y su *feedback*, hemos podido constatar la importancia que el tejido empresarial otorga al diseño como herramienta de innovación complementaria o alternativa a la inversión en procesos de I+D. De hecho, las pymes y micropymes -que suponen más del 98% del tejido empresarial en región- han afirmado que encuentran en el diseño una herramienta asequible de evolución, mejora y diferenciación.



■
**En menos de 15 minutos,
 D-Tool permite evaluar
 en qué grado y de qué
 manera la empresa se
 relaciona con el diseño**
 ■

Reforzando esta idea nos encontramos con los datos del estudio 'Contribución económica de los sectores intensivos en diseño de la Comunitat Valenciana, del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE, 2018), que concluye indicando que las empresas valencianas intensivas en diseño, en relación al resto de las valencianas, son más productivas (un 29% en términos de valor añadido por empleado), más rentables (un 19% más) y están más abiertas al exterior (un 18,2% exportan, triplican al resto de empresas).

El proyecto D-Tool fue concebido con un enfoque dinámico y de mejora continua. Por ello, sobre la base de los comentarios, sugerencias y aportaciones proporcionados por las empresas que ya lo han utilizado, estamos trabajando para complementar la plataforma de autodiagnóstico con herramientas prácticas que faciliten a las empresas ese camino hacia la integración estratégica del diseño, que incluiremos en la web de D-Tool durante este año. Esta nueva fase cuenta, también, con respaldo de la AVI.

El marco económico y social en el que estamos inmersos plantea importantes retos que requieren nuevas soluciones. El diseño es capaz de dar con ellas, atendiendo a los problemas actuales, pero, también, se atreve con las necesidades del futuro, gracias a su capacidad prospectiva y creativa. En este sentido, el diseño facilita la adaptación a las nuevas formas de prosperar, cuestión imprescindible para lograr éxito y liderazgo, mejorando la productividad y atención a las personas, cuidando del planeta.

La demanda y urgencia en el desarrollo de nuevos productos y servicios responsables, la imparable y acelerada digitalización, la evolución hacia sistemas sostenibles, entre otras grandes tendencias, abocan a la redefinición de estrategias, modelos y procesos.

Estas nuevas propuestas de valor pueden encontrar en el diseño el medio para atender a la innovación desde una visión global y una perspectiva múltiple en diferentes áreas para, así, lograr mejores resultados. Aprovechemos todo lo que el diseño puede aportarnos para evolucionar hacia organizaciones más eficientes, sostenibles y competitivas.

Servicios

El contrato de basura de Valencia crecerá un 17% en 15 años



El Ayuntamiento de Valencia ha dado el pistoletazo de salida para la licitación de una de sus mayores contrataciones de servicios, la de la limpieza viaria y la recogida de residuos. Su presupuesto crecerá un 17%. El presupuesto del próximo contrato de recogida de residuos y limpieza del espacio público de Valencia, que entrará en vigor en 2022 y tendrá una duración de 15 años. La nueva licitación, que se encuentra en elaboración, ya ha fijado su presupuesto máximo, que tendrá un valor global de 1.325 millones, una cifra muy superior a los 900 millones en que se valoró el firmado en 2005.

El servicio actualmente está repartido en tres lotes

que se adjudicaron a FCC, la valenciana Sociedad de Agricultores de La Vega (SAV) y Secopsa (ahora Fovasa, del grupo castellonense Gimeno). El contrato prevé destinar un presupuesto anual que oscilará entre los 80 y los 90 millones de euros frente a los 75 millones dedicados actualmente al mismo servicio. Según ha desvelado el consistorio, en el año 2022 el presupuesto será de 80 millones de euros, en 2023 ascenderá a 85 millones y, a partir de 2024, será de 90 millones anuales. El servicio prevé un incremento del gasto en este contrato de 19 euros por habitante y año de forma que pasará de los 93 euros que gastamos actualmente hasta los 112 euros futuros por persona/año.

Energía

Enercoop aumenta sus beneficios hasta 1,8 millones, un 18% más



Grupo Enercoop superó un resultado neto de 1,8 millones de euros en 2020, lo que supone un incremento del 18%, pese a disminución de ventas de unos 8 millones de euros, atribuible, entre otros factores, a la reducción en 2020 del precio del mercado de la energía eléctrica en el mercado mayorista, por segundo año consecutivo, y el correspondiente ajuste de precios de venta derivado de la misma. El grupo de la cooperativa eléctrica de Crevillente registró el año pasado unos ingresos de 61 millones de euros. El ebitda del grupo se situó en los 3,5 millones de euros en 2020 frente a los 3,3 millones de euros del año anterior.

Durante la celebración de la Asamblea General Ordinaria 2020, el tesorero del Grupo Enercoop, Francisco José Miralles, compartió con los cooperativistas las previsiones para el presente año, periodo para el cual no se esperan grandes cambios respecto al anterior. Desde la compañía se prevé un incremento en la facturación de más de 2 millones de euros respecto a 2020 principalmente motivado por las múltiples subidas de los precios de la energía. Pese a ello, desde el Grupo esperan conseguir unos resultados ordinarios de 2,1 millones de euros, algo más de 300.000 euros por debajo de los obtenidos en 2020.

Centro comercial

Intu Mediterráneo no presenta el aval y agota la tramitación



El conseller de Política Territorial, Obras Públicas y Movilidad, Arcadi España, ha dado por "acabado" el proyecto para construir el macrocentro comercial Puerto Mediterráneo, bautizado después como Intu Mediterráneo, una vez constatado que la promotora no ha depositado la garantía de un millón de euros que le requería la Generalitat para volver a realizar una evaluación ambiental del proyecto y poder continuar así con la tramitación de la Actuación Territorial Estratégica (ATE), después de más de ocho años de tramitación.

Como consecuencia, la Generalitat procederá a "ar-

chivar el expediente" del proyecto, dado que se considera que al no depositar la garantía, la promotora ha "incumplido" una de las condiciones necesarias para considerar el proyecto como una Actuación Territorial Estratégica, conforme al acuerdo del 25 de enero de 2013, del Consell. La compañía debía depositar el dinero o un aval bancario hasta el pasado 15 de junio, después de que se le hubiera prorrogado el plazo. El principal socio de Intu Mediterráneo, el fondo inmobiliario británico Intur, se encuentra en un proceso de concurso de acreedores en su país tras los efectos de la pandemia en sus centros comerciales.

Innovación

El IBV y 40 empresas buscan digitalizar la industria sanitaria



El Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV), junto con la consultora AVS Consulting, lideran un proyecto tractor con más de 40 empresas de seis comunidades autónomas que busca invertir 129,1 millones de euros en los próximos tres años en la digitalización, innovación y transformación energética del sector sanitario en España.

El proyecto bautizado como *Digithealth23* pretende hacer frente a la necesidad de digitalizarse, la alta dependencia de los recursos energéticos, el uso de una medicina preventiva y no reactiva, el uso de tecnologías. La mayoría de la inversión prevista está destinada a procesos de digitalización, con más de

54 millones, además de la I+D+i, con otros 42,6 millones hasta 2023. El resto se destinará a transición ecológica y formación. Con este desembolso se crearían 400 nuevos puestos, además de garantizar el mantenimiento de 1.500 empleos. Más de 40 empresas de Comunidad Valenciana, Cataluña, Madrid, Andalucía, Galicia e Islas Baleares forman parte de esta alianza, que además está abierta a nuevas incorporaciones según explicó el director gerente de IBV, Javier Sánchez. Entre ellas se encuentran compañías como Cualtis, la marca de puericultura Suavinex, el grupo de biomedicina Ascires, el fabricante de ortopedia Orliman -filial de Cinfa-, la firma de diagnóstico Synlab o Eiffage Energía.

Inversión

GoHub entra en la 'startup' de tecnología Fractal



Fractal, empresa dedicada al desarrollo de soluciones tecnológicas para la gestión de mantenimiento de activos físicos y optimización del trabajo en terreno, ha levantado una ronda de inversión de 5,3 millones de dólares (4,3 millones de euros). La inversión ha sido liderada por Seaya Ventures, fondo de inversiones líder en España, y ha contado con la participación de GoHub, fondo de inversión corporativo del grupo Global Omnium. Con la toma de esta participación el fondo valenciano ya está presente en 25 empresas emergentes de *deep tech*.

Esta ronda complementa la inversión realizada en

2018 por Scale Capital, quienes continúan apoyando a la compañía en esta siguiente etapa de crecimiento. Fractal desarrolla un *software* inteligente de gestión de mantenimiento y activos físicos, 100% móvil y en la nube, para que compañías gestionen su mantenimiento de manera más sostenible, segura y eficiente. Estas herramientas garantizan la integridad y continuidad de las operaciones, así como la seguridad de los trabajadores, reduciendo más de un 25% los fallos de activos, mejorando el coste de mantenimiento en al menos un 15% e incrementando la productividad en más de un 35%, reduciendo accidentes y riesgos operacionales.

Universidad

Las 29 empresas de Espatec facturan 71 millones en 2020



Espatec, el parque científico y tecnológico de la Universitat Jaume I de Castellón cuenta con 29 empresas instaladas que sumaron una facturación conjunto de 71,72 millones de euros al cierre de 2020, un dato que supone un incremento de más del doble de la facturación del ejercicio 2019, logrando superar con creces esa cifra pese a la crisis económica provocada por la pandemia de la Covid-19. Además, la inversión en I+D que aportaron las compañías con sede en el parque fue superior a los tres millones de euros.

Por sectores, si se consideran las 53 empresas tan-

to instaladas como las vinculadas virtualmente, un 52% pertenecen al sector de las tecnologías de la información y telecomunicaciones (TIC) con 28 empresas ofreciendo todo tipo de servicios, desde soluciones basadas en el *blockchain* o el internet de las cosas (*IoT*), a proyectos de digitalización industrial o desarrollo de aplicaciones. Con 5 empresas, el sector de los servicios innovadores ocupa un 7,5% del total incluyendo proyectos operando en el ámbito audiovisual o de innovación social, entre otros. El sector de la biotecnología y la salud con 2 empresas representa el 3,8%, el sector de la energía y medio ambiente con 7 compañías ocupa un 13,2%.

Cuadernos Rubio multiplicará por diez su capacidad en Paterna y mira al exterior

La editorial valenciana destinará dos millones de euros a su nueva sede y oficinas con la que asegura su capacidad de producción y logística para dar el salto a otros países.

Á. C.Álvarez. Foto: EE

La empresa valenciana Cuadernos Rubio que publica los populares cuadernillos de ortografía y problemas con los que varias generaciones de estudiantes han crecido en España espera empezar en breve las obras de la que será su nueva casa en el Parque Táctica de Paterna (Valencia). La compañía adquirió a Sareb hace unos meses una parcela de 10.000 metros cuadrados en las que instalará la que será su nueva planta de producción y su oficinas con una superficie construida de 4.000 metros cuadrados.

Y el director general de la empresa familiar, Enrique Rubio, considerará que el resto del suelo será necesario para hacer frente a sus planes de crecimiento en el futuro, después del fuerte crecimiento que la editorial ha vivido en plena pandemia. El año pasado sus ventas alcanzaron los 3,5 millones de euros, tras crecer un 48,8%, debido a la situación excepcional que obligó a tener a muchos niños en casa y sin clases presenciales y a la eclosión del comercio electrónico. Con la pandemia y pese a las restricciones en muchos canales de venta físico, la firma valenciana logró multiplicar las ventas a través de su propia tienda online en un 273%. Pero también creció en plataformas como Amazon.

La nueva sede de Rubio albergará, de manera conjunta, tanto la imprenta de la editorial, ahora ubicada en Quart de Poblet, como sus oficinas, y se convertirá también en el nuevo emplazamiento del Museo Rubio, que recopila la historia de esta firma con 65 años de historia. La empresa ha presupuestado en 1,2 millones de euros las obras del nuevo inmuebles y estima que con el equipamiento y actuaciones auxiliares la inversión superará los dos millones de euros. El objetivo es que las obras puedan estar finalizadas a lo largo de 2023.

Su director general, Enrique Rubio, se muestra ambicioso. "Podremos aumentar la capacidad de producción en más de diez veces", señala Rubio, que asegura que uno de los motivos de haberse lanzado a esta inversión era la de asegurar el espacio para crecer. Tras el desarrollo en los últimos años de cuadernos para adultos y diversificar en segmentos como la caligrafía creativa para los mayores, la



Imagen virtual de la nueva planta de la empresa en el parque Táctica.

editorial cuenta con más de 400 referencias distintas. "Muchas más referencias supone también más trabajo logístico y mucho más almacén", comenta el director general e hijo del creador de los populares cuadernillos.

La firma se plantea abordar mercados como México con su nuevo centro productivo

Rubio quiere que ese incremento de la capacidad de producción sea un trampolín para internacionalizar la compañía. "Estamos estudiándolo en algunos mercados como México y otros hispanoamericanos", reconoce, aunque señala que pese a utilizar el mismo idioma, "el lenguaje no es el mismo".

Textil

La Generalitat aprueba el rescate de Marie Claire con 12 millones



El histórico fabricante castellanense de medias Marie Claire, que recientemente cambió de propietarios ante las pérdidas acumuladas y ahora pertenece al grupo ThinkTextil, ha solicitado acogerse al Fondo Valenciano de Resiliencia (FVR), el fondo de rescate puesto en marcha por la Generalitat Valenciana para apoyar a compañías en dificultades. Este instrumento ofrece préstamos bonificados y participativos de hasta 10 años a empresas estratégicas golpeadas por la pandemia. La textil castellanense ha realizado una petición de 12 millones de euros.

Según la Conselleria de Hacienda, se trata de una

operación de financiación estructurada en dos tramos. Una primera aportación por importe de 9,5 millones de euros ya ha sido aprobada por el Comité ejecutivo de Fininval, a instancia del Comité de Gestión del Fondo Valenciano de Resiliencia. La segunda aportación por 2,5 millones de euros, al exceder de la cuantía inicialmente presupuestada para la línea, requerirá de una dotación presupuestaria extraordinaria que el propio Comité Ejecutivo de Fininval ha instado al IVF a tramitar, por la vía de una adenda al convenio de creación del FVR. La Generalitat, que ya ha concedido anteriormente préstamos a Marie Claire, justifica la operación para mantener los 500 empleos en el interior de Castellón.

Automoción

KH Vives lanza una 'spin off' de 'blockchain' para industria 4.0



El proveedor valenciano de la industria de automoción KH Vives ha invertido medio millón de euros para el arranque y puesta en marcha de la *spin off* Xpander con la que busca la diversificación en otros sectores. Xpander tiene como objetivo ayudar y acompañar a todo tipo de empresas que deseen evolucionar hacia la industria 4.0. a través de la transformación digital.

Con el objetivo de por acercar la tecnología del blockchain a las empresas, Xpander ha desarrollado la plataforma Alize, a través de la cual ofrece aplicaciones basadas en esta disruptiva tecnología. Es-

ta plataforma está abierta a su explotación por parte de consultoras tecnológicas. Dentro de Alize, la primera aplicación implantada con éxito ha consistido en grabar un video y certificar todo el proceso de montaje de cada pieza por parte de KH como proveedor de Ford. Según el director general de KH Vives, Guillermo Vives, "el reto que asumimos fue certificar, a través de *blockchain* y mediante la grabación de un video, todos los pasos del proceso de producción, de tal forma que Ford puede comprobar directamente y a tiempo real y sin intermediarios, cómo se ha desarrollado todo el proceso, con solo escanear un vehículo terminado".

Plástico

Tayg aumenta su plantilla un 10% tras la pandemia



Tayg, empresa de inyección de plástico de productos para profesionales que pertenece al Grupo Zriser (propiedad de Ana y Pablo Serratosa), ha cerrado el año 2020 con un crecimiento del 15%, hasta superar los 21 millones de euros. Las previsiones para el primer semestre de este año son facturar un 40% más que en el mismo periodo de 2020. La excelente marcha de la compañía y sus previsiones de crecimiento han motivado que haya tenido que ampliar sus instalaciones un 8% más, hasta alcanzar los 27.000 metros cuadrados, con naves destinadas a almacén y producción anexas a sus instalaciones en Beniparrell (Valencia).

"Es el resultado de superar 2020, un ejercicio marcado por la pandemia, pero en el que Tayg ha logrado un importante crecimiento en el volumen de negocio, especialmente en exportación, logrando además un inicio de 2021 conforme a su plan de negocio", ha señalado Antonio Hostalet, director comercial y de marketing de la compañía. Actualmente, TAYG ha ampliado su plantilla un 10%, que ha podido consolidarse durante toda la pandemia. Con las nuevas oficinas y el crecimiento del 8% en las áreas de almacenamiento y producción, prevé incrementar los niveles de servicio y productividad del fabricante plástico.



Santiago Chivite
Director general de Imagina Energía

Autoconsumo solar: el aliado para paliar el cambio normativo en la nueva factura de la luz

El cambio en los peajes a las redes y en la estructura de las tarifas eléctricas anunciado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se convierte en un nuevo reto para la competitividad de diferentes industrias en nuestro país. Las novedades respecto a los precios, horarios y periodos de facturación tienen ya un efecto directo que puede convertirse en un sobrecoste sobre la factura de la luz.

Los peajes de acceso o costes regulados, que son en definitiva los costes derivados del transporte y distribución de la electricidad, son los que sufrirán una mayor alteración, ya que se aplican tanto sobre la potencia contratada como sobre la energía consumida por cada cliente. En principio, estos cambios persiguen fomentar la eficiencia energética y una gestión activa del consumo para adaptar la estructura energética a las circunstancias actuales del mercado energético. Por ello, penalizarán los consumos en horas punta y beneficiarán el consumo en horas valle, cuando la red eléctrica está menos congestionada.

Independientemente de la idoneidad de esta nueva estructura tarifaria, debemos empezar a familiarizarnos con la nueva discriminación horaria y con el encaje de nuestros hábitos de consumo energético en las tres nuevas franjas horarias: punta, el de máxima demanda; llano, donde se concentra el consumo medio; y valle, a priori el más atractivo ya que se distribuirá en las horas del día de menor demanda, cuando el coste de la energía es menor.

Tanto los clientes domésticos como las pymes y grandes empresas se enfrentan a este cambio de paradigma energético y, por extensión, a una potencial subida de la factura de la electricidad si no se abordan pautas de consumo energético eficiente.

Ante esta situación, la opción de apostar por el autoconsumo solar se erige como una de las decisiones más inteligentes para combatir la subida en la factura de la electricidad, a lo que se une el que la energía solar es y será la principal fuente energética para construir un futuro más respetuoso con el medioambiente.



En cualquier caso, para que este modelo tenga realmente éxito es fundamental trabajar en proyectos adaptados a las necesidades de cada cliente, donde cada instalación solar esté personalizada para satisfacer una demanda energética concreta. De lo contrario, no podremos asegurar el máximo ahorro, uno de los principales argumentos para optar por este modelo.

Lo cierto es que las ventajas del autoconsumo energético son múltiples, ya que ofrece a las empresas ser dueñas de su propia energía. La evolución de los paneles fotovoltaicos en los últimos años ha registrado un desarrollo inimaginable, y esta circunstancia posibilita aprovechar al máximo la energía procedente de la instalación. Así, al reducir parte del consumo eléctrico mediante el autoconsumo el coste de energía se reduce y la exposición a cambios regulatorios es menor. El ahorro que se puede conseguir es inmediato desde el primer día, superando incluso el 30% en la factura anual, si se establece un precio fijo por la energía a largo plazo en un modelo financiero PPA (Power Purchase Agreement).

Igual de importante es no olvidarnos de asegurar la competitividad del precio de la energía proveniente de la red, ya que seguirá siendo un porcentaje mayoritario de la energía necesaria para la empresa. En un acuerdo PPA de energía se garantiza un precio fijo para toda la energía que necesite el cliente, tanto de la parte auto consumida (procedente de sus paneles) como la parte de energía de la red, reduciendo así al máximo la incertidumbre del mercado energético. En Imagina Energía, además, nuestro compromiso con la energía solar es total, ya que la energía de la red complementaria cuenta con certificado con origen solar. Con este sistema, el cliente tiene un único proveedor de energía, una única factura y un compromiso completo por parte de su proveedor energético con la energía 100% limpia y 100% renovable.



■

La opción de apostar por el autoconsumo solar se erige como una de las decisiones para combatir la subida en la factura

■

El modelo PPA supone realmente un cambio total para el mercado en nuestro país, ya que este tipo de soluciones hasta ahora han estado reservadas solo a las grandes corporaciones. La principal aportación al mercado energético de los PPAs es, además de su ahorro económico, su contribución a acercar el autoconsumo, al evitar inversión económica por parte del cliente, que, de esta forma, cuenta con mayor capacidad de inversión en su propio proceso productivo.

Por último, al no ser propietario de la instalación solar, el cliente deja de asumir también los gastos derivados de la ingeniería, material, revisiones, mantenimiento y seguros. Y, al terminar el plazo del contrato (que suele oscilar entre 10 y 15 años), recibe la planta solar a coste cero, con la posibilidad de poder seguir generando energía sin coste durante la vigencia de la instalación. En definitiva, el autoconsumo se posiciona actualmente como la principal opción energética para aquellas empresas que quieran asegurar la máxima competitividad de su negocio y apostar por la sostenibilidad medioambiental.

España es uno de los países europeos con un mayor potencial en el mercado fotovoltaico, no solo porque nuestro país es uno de los que recibe más horas de sol al día, sino porque actualmente el marco legal y tributario impulsa la inversión en estas tecnologías. Atrás quedan tiempos pasados donde el famoso "impuesto al sol" penalizó el crecimiento del sector. Es el momento de apostar por el autoconsumo en línea con los objetivos de neutralidad climática de la Unión Europea para 2050 y el Plan Integrado Nacional de Energía y Clima.

El desarrollo de la energía solar será crucial para que España logre estos objetivos. El crecimiento de las renovables es imparable. Ha llegado un momento en el que tanto la Administración como las empresas y los consumidores son plenamente conscientes de que se debe impulsar una transición energética que conduzca a un consumo energético más sostenible y justo, y el autoconsumo energético es el claro camino para conseguirlo.

FRANCISCO PÉREZ

Fundador y CEO de Galis World



De jugar al pádel a fabricar 400 pistas al mes con el yerno de Juan Roig como socio

Atitlan, el grupo inversor dirigido por Roberto Centeno -yerno del presidente de Mercadona, Juan Roig- y Aritza Rodero, ha elegido para su primera inversión en el mundo del deporte a este emprendedor de Silla que quiere industrializar la producción de pistas de pádel y aprovechar la eclosión de esta actividad.

Por Á.C.Á. Foto: EE

Desde que José María Aznar descubriese para muchos en la Comunitat Valenciana el pádel en sus vacaciones en Les Platgetes de Oropesa, este deporte ha vivido en las últimas dos décadas un espectacular desarrollo en toda España. Y la compañía valenciana Padel Galis es un buen exponente de ese rápido desarrollo. La empresa familiar constituida en 2014 por Francisco Pérez, aunque su actividad vinculada a este deporte arrancó en 2005, en los últimos cinco años la empresa de Silla (Valencia) ha fabricado casi 5.000 pistas para la práctica de este deporte, que se han instalado en 60 países.

Un fuerte desarrollo que no ha pasado inadvertido para uno de los principales grupos inversores valencianos, Atitlan. La firma de inversión de Aritzas Rodero y Roberto Centeno se ha convertido en socio del fundador de Padel Galis para impulsar sus ambiciosos planes, que pasan por industrializar la producción de estas canchas de pádel y poder servirlos en un plazo inferior a las 48 horas. Una estrategia que se basa la puesta en marcha de una nueva planta de producción, con la que se plantea fabricar 400 pistas mensuales.

Según la propia empresa, Padel Galis cuenta con más de 80 empleados y una facturación en el último año de 20 millones de euros. Con la entrada de Atitlan y la inversión para desarrollar su plan industrial el objetivo de la compañía valenciana es duplicar su negocio en los próximos años, además de aumentar su plantilla.

La vocación internacional de su fundador le ha llevado a contar con una delegación en México. La firma se centra en el diseño y fabricación, pero también la instalación de pistas de pádel *llave en mano*, incluida la obra civil necesaria, así como su mantenimiento y reparación. Además es proveedor oficial del circuito profesional de pádel *World Padel Tour* desde 2020, del que es pista oficial tanto de los Open y Master, como de las pruebas *WPT Challenger*, las instalaciones de Padel Galis han servido también para la celebración de grandes eventos deportivos de la raqueta como el *Master Series de Tenis de Italia* y el *Master Series de Tenis Sony Open de Miami*.

Según el propio fundador del grupo, "la entrada de Atitlan nos permitirá incrementar el grado de profesionalización de la compañía y afrontar con garantías desafíos más ambiciosos dentro de este sector. Sin duda, este acuerdo nos servirá de impulso para acompañar el vertiginoso crecimiento de un deporte cada vez más global". Por su parte, para la firma inversora se trata de una apuesta por "una industria en auge en la que queremos estar presentes como parte de nuestra estrategia de creación y consolidación de valor a largo plazo", según Isaac Villalba, gerente de Inversiones de Atitlan.