Resetear la economía

43 Aniversario

CincoDías

30 de junio de 2021

Si algo te detiene que sean las vistas.

Nuevo Audi Q4 e-tron.
100% eléctrico.

Nuevo Audi Q4 e-tron. 100% eléctrico con una potente autonomía de hasta 520 km de distancia. Cuenta con una carga combinada de diez minutos que genera la suficiente electricidad para recorrer 130 km. Si en algún momento te habías preguntado cómo sería el futuro, aquí tienes la respuesta. **www.audi.es/q4etron**

Future is an attitude.

Nuevo Audi Q4 e-tron: consumo eléctrico combinado*: 20-17 kWh/100 km (WLTP); emisiones de CO_2 combinadas*: 0 g/km.
*Datos sobre el consumo eléctrico y las emisiones de CO_2 por tramos en función del equipamiento del vehículo.

sumario

6 > **CARTA DEL DIRECTOR**
La revisión continua de la máquina productiva
José Antonio Vega

8-10 > **MACROECONOMÍA**
La economía verde y digital acelera su ritmo de llegada

16-18 > **FINANZAS**
Combinar nuevos retos con viejos problemas

42-44 > **ENERGÍA**
La descarbonización se agiliza gracias a las ayudas de Bruselas

48 > **EÓLICA**
A por una racha de viento marino

50 > **FOTOVOLTAICA**
Mejor menos trámites que más euros en solar

52 > **HIDRÓGENO**
Lluvia de ayudas para el vector más en boga

66-68 > **AUTOMOCIÓN**
España lucha por una gigafactoría que preserve sus líneas de montaje

74 > **ELECTROLINERAS**
Carga ultrarrápida, papeleos lentos

76-78 > **INFRAESTRUCTURAS**
Eje vertebrador de la riqueza

88 > **TRANSPORTE DE VIAJEROS POR CARRETERA**
El autobús se apunta a la ola cero emisiones

90 > **LOGÍSTICA**
El transporte de carga, más conectado

94-95 > **TRANSPORTE FERROVIARIO**
Todas las miradas se dirigen al tren

Tribunas

12 >
La senda de la recuperación
Nadia Calviño, vicepresidenta segunda y ministra de Asuntos Económicos

14 >
Una visión empresarial para un futuro próspero
Antonio Garamendi, presidente de CEOE

28 >
Podemos y sabemos hacerlo, hagámoslo
José María Roldán, presidente de la Asociación Española de Banca

46 >
Una encrucijada, una gran oportunidad
Teresa Ribera, ministra para la Transición Ecológica

Protagonistas

20-21 > **CAIXABANK** La demanda de financiación sostenible se dispara
22-23 > **SANTANDER** Un impulso al verano... y al motor de la actividad
24-25 > **BBVA** El valor de adelantarse a las necesidades
26-27 > **SABADELL** Crecer y corregir debilidades estructurales
29 > **BANKINTER** Claves para optar al dinero de Bruselas
30 > **IBERCAJA** Un modelo de gestión para mejorar el mundo
32 > **ABANCA** Responder a los nuevos desafíos
33 > **UNICAJA** Banca más móvil y verde para el cliente
34 > **KUTXABANK** Una actividad ajustada al corto y largo plazo
36 > **AMERICAN EXPRESS** Impulsar el negocio de proximidad
38 > **MASTERCARD** El plástico se reinventa para ser 'eco-friendly'
40 > **VISA** Al lado del comercio en los peores momentos
54 > **IBERDROLA** Economía verde para promover el empleo
56 > **REPSOL** Es la hora de apostar por la industria
58 > **NATURGY** Proyectos de valor por 14.000 millones
60 > **REDEXIS** Soluciones energéticas eficientes y sostenibles
62 > **CAPITAL ENERGY** Como anillo al dedo
64 > **ENCE** Recuperación verde para superar la crisis
70 > **SEAT** El laboratorio griego de la movilidad eléctrica
72 > **ALD AUTOMOTIVE** A por la 'pole' en el nuevo transporte
79 > **ABERTIS** Listos para abordar la movilidad del futuro
80 > **ACS** Fortalece el plan de sostenibilidad
82 > **FERROVIAL** Control de obras en tiempo real

98 > **PUERTOS Y AEROPUERTOS**
Más capacidad para atender la demanda

100 > **AEROLÍNEAS**
Volar en modo supervivencia

104 > **AERONÁUTICA**
Los réditos de invertir en I+D

106 > **INDUSTRIA**
Crear reservas estratégicas

112 > **VIVIENDA**
Reformas que traen salud, ahorro y empleo

122 > **INFRAESTRUCTURAS HÍDRICAS**
Lejos de una gestión eficiente del agua

126-128 > **TELECOMUNICACIONES**
El soporte del teletrabajo

140 > **ADMINISTRACIÓN DIGITAL**
Tan sencillo como ver Netflix o pedir un Uber

142 > **RETO DEMOGRÁFICO**
Volver al interior para recuperar el equilibrio

Sumario

84 > **FCC** Pionera en combinar BIM y 'blockchain'
86 > **SACYR** La protectora de más de 1.200 especies
92 > **CORREOS** Logística inteligente para reducir emisiones
96 > **RENFE** Locomotora de la electrificación
99 > **PUERTOS DEL ESTADO** "Los fondos UE, oportunidad para los puertos"
102 > **IBERIA** El 'hub' de Madrid, clave para el despegue
107 > **NAVANTIA** El poder transformador de la industria naval
108 > **GAM** Reacondicionar y reutilizar la propia maquinaria
110 > **OTIS** Reinventando la movilidad vertical
114 > **SERVIHABITAT** Vivienda ecológica hecha en fábrica
116 > **ALISEDA** Cómo elegir y comprar 100% online tu casa
118 > **AENOR** El respaldo para optar a los fondos europeos
120 > **APPLUS** A la vanguardia de las renovables
124 > **AGBAR** Un pacto social para reconstruir el país
130 > **TELEFÓNICA** "Es momento de reconectar la economía"
132-133 > **CELLNEX** El 5G, clave en la nueva era
134 > **MINSAIT** Actor principal en la digitalización
136 > **ACCENTURE** Sin innovación no hay alternativa
138 > **ORBITA.K** Mecenas por amor a la tecnología
146 > **SECURITAS** "La tecnología facilita las tareas humanas"
147 > **ABB** Innovación al servicio de la vida cotidiana
150-151 > **MAPFRE** Compromiso firme con la sociedad
152-153 > **MUTUA MADRILEÑA** La 'app' más usada del sector
154 > **FIATC SEGUROS** Fomentar el progreso
155 > **GENERALI** Celebrar 190 años mirando al futuro
156 > **CESCE** El aliado para remontar sin riesgos
158 > **A.M.A.** Reforzar la seguridad de los profesionales
160 > **COFIDES** "Las empresas medianas son la clave de la innovación"
161 > **CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA** Listas para competir
163 > **LYXOR** El efecto palanca de los bonos verdes
166 > **INDITEX** El inventario único evita excedentes
168 > **EL CORTE INGLÉS** Un clásico que nunca falla
170 > **TENDAM** Tienda física y virtual, una apuesta rentable
173 > **MERCADONA** El súper del futuro dice sí al planeta
176 > **CAMPOFRÍO** Comprometidos con la nueva realidad
177 > **GRUPO FUERTES** Hacia un modelo más digital e interconectado
178 > **HEINEKEN** La cerveza se pasa a la sin... emisiones
179 > **DON SIMÓN** 40 años liderando el mercado
181 > **FARMAINDUSTRIA** Una apuesta por la salud y el PIB
182 > **BRISTOL MYERS SQUIBB** Con el foco en las personas y la ciencia
184 > **ASEBIO** La biotecnología, clave para salir de la crisis
185 > **PHARMAMAR** El gasto en I+D, aún lejos de la meta deseada
193 > **PAÍS VASCO** Euskadi invertirá 18.300 millones
194 > **EXTREMADURA** Donde el sol y el viento impulsan la economía
196 > **VALLADOLID** Ayudas para fortalecerse en la nube
200 > **EQUMEDIA** "El rebote que viene es espectacular"
202 > **OMG** "La publicidad reactiva el consumo responsable"
204 > **HAVAS MEDIA GROUP** "Atreverse a ir por delante en el cambio"
205 > **L'ORÉAL** Es el momento de acelerar los cambios
208 > **UNIR** A cada alumno, su formación en línea

144-145 > **URBANISMO**
La oportunidad para hacer mejores ciudades

148 > **ASEGURADORAS**
Seguros más digitales y más rentables

162 > **GESTIÓN DE ACTIVOS**
La inversión se toma en serio su influencia

164-165 > **GRANDES ALMACENES**
Cuando la clave está en un clic

172 > **SUPERMERCADOS**
Reparar un coche lanzado a 200 km/h

174-175 > **ALIMENTACIÓN**
La despensa para un mercado global

180 > **SANIDAD**
El envejecimiento, reto sanitario y de gasto

186-188 > **TURISMO**
Los viajeros británicos, claves para la reactivación

190-192 > **COMUNIDADES**
Iniciativas autonómicas para mejorar la actividad

198-199 > **PUBLICIDAD**
Los anuncios se enchufan a lo humano y emocional

206-207 > **EDUCACIÓN**
Universidad y FP empezarán a entrelazarse

DIRECTOR
José Antonio Vega

SUBDIRECTORES
Juan José Morodo
Nuño Rodrigo

COORDINACIÓN
Begoña Barba

MAQUETACIÓN
Rafaela Perea
Román Sánchez
Chema Fandiño
Susana Santos

EDICIÓN
Montserrat Barbosa
Rafael Durán
Carlos Otiniano
Denisse Cepeda

FOTOMECÁNICA
Factoría PRISA Noticias

La revisión continua de la máquina productiva

José Antonio VEGA

Director de **CincoDías**

Cuando el 3 de marzo de 1978 **CincoDías** apareció por vez primera como vehículo imprescindible de la opinión pública para interpretar la economía de la Transición, dando cuenta del mantenimiento de la política impulsada por Fuentes Quintana pese a haber dejado el Gobierno apenas un par de semanas antes, quedaba claro que el giro hacia una economía abierta era irreversible. La transición iniciada en el mundo de los negocios no había hecho otra cosa que empezar, y aunque costase años y décadas desmontar las abigarradas estructuras del franquismo posautárquico, todo era cuenta nueva en las relaciones industriales, con un protagonismo creciente del mercado y la competencia y una pérdida inexorable del intervencionismo y el proteccionismo.

Pero si alguien creía que la revolución económica tendría una conclusión a fecha fija, se equivocaba, porque solo se había puesto en marcha una máquina que precisa de continua renovación de piezas para no quedarse paralizada por la herrumbre. La espiral de acontecimientos encadenó la entrada en la Unión Europea con la absorción de la peseta por el euro; la orfandad de la política monetaria y cambiaria con el juicio de los mercados financieros sobre el vicio y la virtud de las cuentas públicas; la euforia del crédito fácil de la primera década del siglo XXI que nos hizo creer que éramos los mejores con la carga pesada e impagable de la deuda pública y privada. Encadenó sin tiempo para respirar la crisis financiera, económica y social de dimensiones desconocidas de 2008 con el confinamiento absoluto de 2020 cuando más abierta y dependiente era la economía española. Y como es común desde que la actividad se abrió al exterior, de manera miedosa en 1959 y de forma valiente desde la Transición, cada crisis era una oportunidad para cambiar las piezas viciadas de la máquina y darle más velocidad. Pero también cada crisis revelaba que las piezas incorporadas, las reformas, tenían una caducidad cada vez más acelerada que exigía la renovación permanente del engranaje, y que en cada episodio se precisaban cambios más numerosos y muchas veces cambios sobre las cuestiones ya cambiadas.

Años después de aquella primavera del 78, el desempeño de la economía medido por sus variables económicas y sociales sigue demandando las mismas soluciones década tras década. Pese a tener un grado de internacionalización envidiable, con presencia de los grandes líderes corporativos en todos los continentes, cada crisis aflora el vicio de tener la mayor tasa de desempleo de Europa, sonrojante entre los jóvenes, y que puede considerarse la anomalía más resistente y en la que todos los responsables políticos dicen con vehemencia estar empeñados.

Con la imprescindible ayuda de la Unión Europea para afrontar un reto que este país por sí solo no puede acometer por falta de euros, España quiere dar ahora el salto que mandan las circunstancias y que siempre se había pospuesto, cual es hacer una transición energética hacia la generación verde y ponerse al día en la digitalización de sus estructuras económicas. Dos objetivos en los que se encontrará con la competencia de todas las economías del mundo, puesto que son ya condición necesaria para mantener a duras penas al menos el estatus entre las naciones desarrolladas.

Transición energética y digitalización son necesarias, pero estériles si no se corrigen los males de hace décadas

Condición necesaria, pero en absoluto suficiente. No se arriesga mucho si se da por hecho que ambos objetivos se lograrán con la colaboración técnica y financiera del tejido productivo que ha puesto sus mejores recursos en el empeño, como demuestran las decenas que ejemplos reflejados en este número de aniversario. No hay sector industrial ni de servicios que no haya echado el resto para incrementar sus estándares productivos y no perder ni un ápice de sus cuotas de mercado y ganar terreno adicional; y en condiciones normales todo el dinero movilizado debe prolongar su alargada sombra sobre el empleo y reforzar la solidez de la economía para unas cuantas décadas.

Pero el gran salto económico no debe darse sin quemar las etapas intermedias que deben contribuir a dar más profundidad a la digitalización y la búsqueda de una forma de producir y consumir más sostenible. Para evitar que la transformación que la financiación europea va a poner en marcha tenga un efecto gaseoso, y lograr que ensanche y prolongue el crecimiento potencial de la economía, deben agendarse y ejecutarse otra serie de reformas que siempre se mencionan y nunca se hacen. Conformémonos con dos. Se precisa una reforma educativa en todos los niveles que reconstruya los conocimientos que los informes internacionales echan en falta en términos comparados, y que están detrás del lacerante paro juvenil. Eso es tener porvenir, que no es otra cosa que preocuparse más por el futuro que por el pasado, y que en términos prácticos se resume en invertir más recursos en la juventud que en la vejez.

Y es urgente una revisión de la imposición que genere más ingresos sin dañar la actividad económica, acompañada de una corrección integral del gasto público y con una revisión de la función pública que mejore su eficiencia.

Nuestra ambición: alcanzar cero emisiones netas en 2050

Paso a paso

2020
Ya somos 100% neutros en carbono en nuestras propias actividades.

2021
Eliminación del plástico de un solo uso en todos los edificios Santander del mundo.

2025
El 100% de la electricidad que consumimos en el grupo vendrá de fuentes renovables.

2030
Aumentar la financiación verde hasta 220.000 millones de euros desde 2019.

2030
Dejaremos de financiar a las minas de carbón y a los productores de energía para los que represente más de un 10% de sus ingresos y alinearemos nuestra cartera de producción de energía eléctrica.

2050
Alcanzar cero emisiones de carbono en todo el grupo para apoyar los objetivos del Acuerdo de París.

Esto es parte de nuestro compromiso con la protección del medio ambiente. Seguiremos contribuyendo al progreso de las personas y las empresas de forma responsable. Y lo hacemos con paso firme. Entre todos **podemos construir un mundo mejor.**

#TheRightWay

santander.com

Santander

La economía verde y digital acelera su ritmo de llegada

LA CONDICIONALIDAD del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Unión Europea para hacer llegar fondos a los Estados es que prioricen reformas que transformen la sociedad en más sostenible y más digitalizada

Sede de la Comisión Europea, en Bruselas. GETTY IMAGES

Marta
YOLDI DÍAZ-GUERRA

Con la pandemia de Covid-19 en plena efervescencia, el Consejo de Europa aprobó el 21 de julio de 2020 el mayor plan de estímulos de la historia europea: el Next Generation EU, dotado con 750.000 millones de euros. Una poderosa palanca de ayuda para paliar los devastadores efectos de la crisis económica provocados por la epidemia. Este plan nació con la pretensión de impulsar un inmenso cambio socioeconómico hacia sociedades más sostenibles y digitalizadas. Su mismo nombre es toda una declaración: Próxima Generación Unión Europea.

Casi el 90% de este paquete, 672.500 millones de euros, lo compone el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, destinado a apoyar la inversión y promover reformas en los Estados miembros para transformar sus economías de una forma duradera. Para la UE, salir de la crisis pandémica es la oportunidad de oro para dar valor a las prioridades ecológicas y digitales.

"Vivimos en la parte más desarrollada del mundo, con sociedades que requieren muchos excedentes y con economías muy sofisticadas. La sostenibilidad estaba ya ahí, desde un punto de vista ético pero también competitivo", señala el presidente del Consejo General de Economistas, Valentín Pich. Si en la anterior crisis económica la Unión Europea exigió cuadrar cuentas y no generar deuda, en definitiva, tener austeridad, la gran condicionalidad esta vez es dedicar los fondos a los objetivos de transformación hacia sociedades más verdes y más digitales. Toni Roldán, director del Centro de Políticas Económicas de Esade, define este momento "como una gran oportunidad para cambiar el modelo de desarrollo", y asegura que muestra también "la coherencia política de la UE".

Así las cosas, España que recibirá 140.000 millones de euros en los próximos seis años procedentes del Next Generation, ha elaborado un Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para cumplir con sus exigencias. Los tres primeros objetivos que menciona dicho plan, como no podía ser de otra manera, son "impulsar la transición verde,

672.500

mllones de euros es la cantidad con la que está dotado el Mecanismo de Recuperación.

140.000

millones de euros recibirá España en los próximos tres años del Next Generation EU.

El 59% de la agenda española

El 59% de los recursos que recibirá España de los fondos Next Generation se va a destinar a políticas relacionadas con la sostenibilidad y la digitalización, según el plan elaborado por el Gobierno.

El nombre de Next Generation es toda una declaración de intenciones

impulsar la transformación digital y un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo".

El plan del Gobierno español contiene diez políticas "tractoras". La agendas urbana y rural, la lucha contra la despoblación y el desarrollo de la agricultura recibirán el 16% de los recursos, con lo que se pretende mejorar la habitabilidad de los entornos urbanos y cubrir las necesidades del entorno rural.

El 12% de los fondos recibidos se destinará a impulsar infraestructuras y ecosistemas resilientes, y el 9%, a la transición energética. La modernización y digitalización "del ecosistema de nuestras empresas" detraerá el 17% y la transformación de la Administración pública "en motor de los cambios tecnológicos", el 5%. En total, las reformas en sostenibilidad y digitalización acaparan el 59% del total de recursos, lo que pone de manifiesto la importancia que se les presume.

Una transformación ambiciosa que Valentín Pich no duda en calificar de "difícil". "No es fácil para los Gobiernos europeos la tarea impuesta, ya que hay que cumplir con lo establecido y después demostrarlo, pues se medirá lo realizado", declara. Lo mismo se puede decir en relación con las empresas, que además deben luchar contra el panorama económico que ha dejado la pandemia. Pich añade que, por otra parte, hay que seguir avanzando en "la economía, digamos, tradicional, porque no todo es sostenibilidad y digitalización". Como ejemplo, el economista cita una industria esencial en la economía española como es el turismo: "Es encomiable trabajar sobre el cuidado de los parajes y de las aguas o buscar las playas perfectas, pero no hay que olvidarse del sector que ya existe, el tradicional". Lo fundamental, para este experto, es no perder de vista que la economía, aunque tienda a ser cada vez más verde y más digital, tiene que ser "competitiva".

Toni Roldán apunta que el proceso de cambio económico en España cuenta con tres dificultades sobre las que hay que actuar en profundidad: el ámbito educativo, el institucional y el laboral. El problema que teme este experto es que "se ponga el acento más en las inversiones que en las reformas necesarias".

El punto de partida para lograr una sociedad más ecológica y más digital es positivo. La conciencia

GETTY IMAGES

Cambios para el transporte en los próximos 30 años

El transporte se ha convertido en el gran objetivo de la transformación verde de la economía y la sociedad. Medios como el avión o el automóvil generan gran cantidad de emisiones de dióxido de carbono y la tendencia es actuar en este campo. El Gobierno presidido por Pedro Sánchez ha elaborado un informe, llamado *España 2050*, en el que se recogen análisis y propuestas de trabajo para los próximos 29 años y en el que el transporte tiene mucho protagonismo.

Una de las medidas que más han llamado la atención es la recomendación de prohibir los trayectos en avión que tengan una duración menor a 2,5 horas y que cuenten con alternativa por ferrocarril. En Francia ya se ha aprobado una ley en este sentido.

La idea es convertir al ferrocarril en el medio de transporte del futuro debido a su menor impacto medioambiental. Así, se proyecta mejorar la red ferroviaria española para sustituir en lo posible al transporte por carretera tanto de viajeros como de mercancías. "En lo que respecta a mercancías, es necesario ampliar la electrificación de la red ferroviaria, utilizar trenes híbridos con hidrógeno renovable para los tramos no electrificados, aumentar la eficiencia de las terminales intermodales e incorporar vía férrea en aquellos puertos y aeropuertos que carecen de ella", expone el informe.

Y para conseguir estos propósitos se plantea recurrir también a la vía impositiva. El texto abre la posibilidad de gravar con una tasa a los viajeros frecuentes de líneas aéreas, así como crear un impuesto sobre los billetes de avión según esté el destino más o menos próximo al punto de partida. En cuanto al transporte por carretera, podría aprobarse un nuevo impuesto sobre el uso medido real del automóvil, atendiendo a la potencia de este, a su peso y a las emisiones de gases de efecto invernadero que libera a la atmósfera.

verde está muy asentada en Europa, y se venía trabajando en este campo desde antes de la pandemia. En España, se acaba de aprobar la Ley de Cambio Climático y Transición Energética, que viene a dar cobertura legal a los compromisos del país respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y a las agendas internacionales en esta materia. Asimismo, se encuentra actualmente en tramitación el proyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados, que actualiza la normativa de 2011, y está sobre la mesa el anteproyecto de Ley de Movilidad Sostenible y Financiación del Transporte. Estas normas son ejemplo de que, antes de la crisis, el medioambiente ya estaba presente en las agendas oficiales.

La conciencia ecológica estaba muy asentada en la UE antes de 2020

Respecto a la digitalización, la pandemia ha servido para darle un impulso considerable. La transformación tecnológica es un hecho imparable que todos vivíamos antes de 2020, pero las restricciones a la movilidad impuestas por la crisis sanitaria han acelerado la implantación del entorno digital. Como factores positivos hay que destacar la elevada preparación digital de la juventud y los medios con los que ya se contaba en el mundo económico. Sin embargo, el escollo es, precisamente, la rapidez del proceso, que afecta sobre todo a las pequeñas empresas y microempresas, que constituyen la mayoría del tejido empresarial español.

SEAT

Es otra historia.

Por 150 €/mes*.

48 cuotas / Entrada: 6.436,60 €
Cuota final: 10.907,29 €
TAE 10,75%. | TIN: 9,25%.

Los cuentos de siempre ya no valen. Ahora la historia la escriben quiénes buscan cambiarla. Como el **SEAT León Híbrido,** el mejor León que ha habido jamás. Totalmente equipado, con un nuevo diseño más deportivo y un motor híbrido con el que no necesitas punto de carga.

La historia ha cambiado. El "y fueron felices", no.

*Consumo medio combinado de 3,7 a 4,4 kg/100 km (GNC) y 1,0 a 7,2 l/100 km. Emisiones ponderadas de CO_2 de 23 a 164 g/km. (Valores WLTP). Imagen acabado SEAT León FR con opcionales. Oferta calculada para un SEAT León 1.0 eTSI 81 kW (110 cv) DSG-7 St&Sp STYLE GO. PVP recomendado en Península y Baleares 19.980,40 € (IVA, transporte, impuesto de matriculación, bonificación SEAT Financial Services, descuento de marca y concesionario incluidos). Oferta de financiación válida para clientes particulares que financien un crédito mínimo de 11.500 € a través de SEAT Financial Services (según condiciones contractuales). **TAE 10,75%. Entrada: 6.436,60 €. Importe total del crédito: 13.543,80 €. Comisión de apertura al contado 3,00% (406,31 €). TIN: 9,25%. Importe de los intereses 4.563,49 €. 48 Cuotas de 150,00 € y una última cuota adicional en el mes 48 de 10.907,29 € (calculada con 20.000 km anuales). Coste total del crédito 4.969,80 €. Importe total adeudado: 18.513,60 €. Precio total a plazos: 24.950,20 €. Inicio del periodo de opciones: mes 33. Desde el inicio del periodo de opciones y hasta el final del contrato, podrás renovarlo, devolverlo (según condiciones de contrato), o quedártelo pagando el capital pendiente. A la finalización del contrato, en caso de renovar o devolver el vehículo, dispondrás de 1.283,16 € para tu próximo SEAT.** Sistema de amortización francés. Incompatible con otras ofertas financieras. Oferta válida hasta el 30/06/2021. SEAT Financial Services es una marca comercializada por Volkswagen Bank GmbH S.E. Pack Confianza SEAT gratuito si se financia la compra con Volkswagen Bank GmbH S.E (ver las condiciones contractuales). Los servicios incluidos son los siguientes: 5 años de mantenimiento SEAT Service o 80.000 km (lo que antes suceda) y extensión de garantía durante 3 años adicionales a los 2 años de garantía del fabricante o 100.000 Km (lo que antes suceda).

seat.es/leon

La senda de la recuperación

Nadia CALVIÑO
Vicepresidenta segunda y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital

La economía española ha entrado en una nueva fase. En el mes de mayo se ha recuperado prácticamente el 80% del empleo destruido durante la primera ola de la pandemia, el ritmo de salida de trabajadores de los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE) se ha doblado con respecto al mes precedente y los datos disponibles de junio van en la misma línea. La recuperación está en marcha y los indicadores adelantados de expectativas empresariales y confianza de los consumidores confirman esta tendencia positiva.

Las intensas medidas de apoyo a las empresas, los trabajadores y las familias, desplegadas de forma eficiente desde que comenzó la pandemia, proporcionan la base para una salida de la crisis muy diferente de la anterior, más rápida y menos costosa en términos del impacto estructural sobre el empleo, la cohesión social y el crecimiento potencial.

Pero estas ayudas no son suficientes para poner nuestra economía en una senda de crecimiento sostenible a medio plazo, para asegurar que la recuperación no se quedará en un mero rebote, sino que impulsará una modernización de nuestro tejido económico y social que permita hacer frente a los retos de futuro y abordar también los desequilibrios que arrastramos desde hace décadas: el paro estructural, el elevado paro juvenil, la alta temporalidad en el empleo, la precariedad, el proceso de despoblación en parte del territorio, las escasas ganancias de productividad o el déficit en inversión, persistente desde la crisis financiera de 2008.

Para afrontar este importante reto, contamos con cinco activos importantes. En primer lugar, tenemos un diagnóstico ampliamente compartido sobre las inversiones y reformas necesarias, sobre nuestras capacidades y las prioridades que tenemos que marcarnos como país. En segundo lugar, disponemos de un plan de recuperación ambicioso, coherente y equilibrado, que pone la primera piedra para construir una visión positiva de largo plazo, activando las palancas para lograr un crecimiento más inclusivo, más justo y más sostenible desde el punto de vista económico, financiero, social y medioambiental. En tercer lugar, gracias a la decidida respuesta europea frente a la pandemia, tenemos a nuestra disposición instrumentos financieros en una cuantía nunca antes vista: 140.000 millones de euros en seis años para acometer inversiones productivas y reformas estructurales indispensables e inaplazables.

En cuarto lugar, España tiene importantes fortalezas, que van desde las infraestructuras físicas y digitales hasta las empresas líderes en sectores tractores, como el agroalimentario, el turismo, la automoción o la salud, sin olvidar una población solidaria, positiva y abierta al cambio. Finalmente, los agentes sociales, las empresas y los trabajadores tienen una actitud constructiva y quieren contribuir a este proceso de cambio que mira al futuro con confianza.

La tarea no es sencilla, pero nuestro país ha dado muestras desde la llegada de la democracia de su capacidad para avanzar en una senda de progreso cuando tiene un objetivo claro que moviliza al conjunto de la sociedad. Al igual que en el pasado, con la transición política, la adhesión a la UE o la llegada de los fondos estructurales, tenemos una oportunidad única. Para recuperar cuanto antes el nivel de PIB y la senda de crecimiento previos a la pandemia y, sobre todo, para retomar la senda de progreso previa a la crisis financiera iniciada en 2008, cuyos daños estructurales todavía arrastrábamos cuando llegó la pandemia.

Gracias a la agenda del cambio impulsada por el Gobierno desde hace tres años, el plan de recuperación cuenta con una buena base para que, impulsando las reformas e inversiones en los próximos tres años, logremos mejoras claras a medio plazo en el ámbito de la educación y la formación profesional, de la ciencia y la innovación, de la digitalización y la transición verde, en la calidad del empleo y la sostenibilidad de nuestro Estado de bienestar, para que los jóvenes puedan desarrollar sus proyectos vitales y profesionales con un mayor nivel de cohesión social y territorial y España siga su tendencia histórica al alineamiento con los países más avanzados del mundo.

Los mimbres para tejer este futuro están ahí, la agenda progresista está en marcha y ahora toca aprovechar al máximo esta fase de crecimiento que se inicia y dar un salto cuantitativo y cualitativo en el periodo 2021-2023, para asegurarnos de que dejamos a nuestros hijos y nuestros nietos un país que avanza al igual que lo ha hecho durante las cuatro décadas de democracia, tal y como **CincoDías** ha venido relatando a lo largo de sus 43 años de existencia, que ahora se conmemoran.

> **Tenemos una oportunidad única con una población solidaria, positiva y abierta al cambio**

El camino de la recuperación es verde.
Y tenemos todo el viento a favor.
Iberdrola, primer productor eólico en España
y un líder energético global.
IBERDROLA

Una visión empresarial para un futuro próspero

Antonio GARAMENDI LECANDA

Presidente de CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)

Vivimos días de luces y sombras. Al tiempo que vemos cómo avanzan las cifras de vacunación, debemos recordar que se siguen produciendo contagios por Covid-19. Mientras, los indicadores de empleo o actividad comienzan a vislumbrar una senda estable de recuperación, pero alrededor de medio millón de trabajadores permanecen en ERTE y unas 50.000 empresas han tenido que cerrar. En este contexto, todo el país se encuentra alineado en torno a dos objetivos claros: el fin de la pandemia y la recuperación de la economía y el empleo.

Pero hay otro reto de país en torno al cual debemos concentrar nuestros intereses y esfuerzos, que es la oportunidad de salir reforzados de la crisis y avanzar para superar esa asignatura pendiente que es que la economía española sea más competitiva, productiva y moderna. Que la transición ecológica, la inclusión, la digitalización o la sostenibilidad no sean solo una meta, sino el ADN de nuestro modelo productivo.

Es ahora o nunca. Lo que hagamos con este presente marcará el futuro de las próximas generaciones. Y el punto de partida nos da razones para el optimismo. De un lado, pese a la crisis, las empresas españolas se encuentran mejor preparadas que en el anterior periodo de recesión. Además, contamos con un aliado sin precedentes, los 150.000 millones de euros procedentes de los fondos europeos. De cómo gestionemos estos recursos dependerá que lo que ahora vivimos sea un punto de partida o una ocasión fallida.

¿Qué podemos hacer para que la economía española y el país en general coja este tren? Desde el mundo empresarial consideramos que las empresas están llamadas a jugar un papel fundamental en la salida de la crisis y a la hora de enfocar la reconstrucción. Básicamente, porque el empresariado vive en un permanente entorno de incertidumbre, especializado en la gestión de riesgos y conocedor siempre de la necesidad de maximizar los recursos con visión de futuro. Es decir, la reconstrucción debe escribirse en términos de colaboración público-privada.

Concretamente, es necesario un marco regulatorio estable y predecible que garantice la seguridad jurídica para no generar más incertidumbre y falta de confianza de la ya existente. Un marco regulatorio que favorezca la flexibilidad para facilitar la reasignación de aquella parte de la estructura productiva que haya quedado dañada, así como para promover la creación de nuevo tejido empresarial en sectores pujantes que serán clave en la recuperación. También son necesarias reformas económicas y sociales que den señales a los agentes de que España va a mejorar su capacidad de adaptación de las empresas y trabajadores a un entorno más competitivo, cambiante y global. Esto hará que se sitúe de nuevo como un polo de atracción de inversiones y de actividades empresariales tanto de la UE como de otras áreas.

Es preciso apostar por la industria, como sector generador de proyectos con vocación internacional y basado en el conocimiento; por la formación profesional, para lo que CEOE y Cepyme hemos suscrito recientemente una alianza a nivel país junto al Ministerio de Educación y Formación Profesional; por la digitalización, para asegurar la participación del sector privado en la aplicación práctica de las medidas comprendidas en el marco de la Agenda Digital 2025.

En materia de fondos europeos, el camino para su llegada efectiva a las empresas españolas cada vez se encuentra más avanzado. De hecho, ya están publicándose las primeras convocatorias de ayudas con cargo a los fondos Next Generation desde la Administración. Es importante que aceleremos cuestiones que pueden tener un efecto directo en la maximización del impacto de estos fondos. Sin duda, de la leal colaboración público-privada va a depender, en buena medida, nuestra capacidad de ejecución, por lo que es el momento de que empresas y sector público hagamos los deberes.

Así, desde la perspectiva empresarial, es el momento de que trabajemos en dos grandes líneas. En primer lugar, en la definición de proyectos de inversión de cara a ser presentados a las convocatorias del sector público. Y, en segundo lugar, es clave conocer el funcionamiento del sector público y, sobre todo, los instrumentos de canalización de los fondos, las convocatorias de ayudas en todas sus dimensiones: bases reguladoras, gastos subvencionables, formato de propuestas, justificación, etc. Las empresas estamos firmemente comprometidas con no desaprovechar esta oportunidad histórica, siendo innumerables las propuestas de proyectos que, en todos los ámbitos y sectores, están trabajándose de manera simultánea. Con visión empresarial, la construcción de un futuro próspero está al alcance de la mano.

Para concluir, aprovecho estas líneas para felicitar a **CincoDías** por su 43 aniversario y desearle muchas más décadas de bonanza, rigor e información de calidad, como hasta ahora.

> **Es clave que la transición ecológica, la digitalización, la inclusión y la sostenibilidad sean el ADN del modelo productivo**

BBVA
Creando Oportunidades

BBVA dejará de financiar a empresas del carbón

En BBVA la sostenibilidad es parte esencial de nuestra estrategia. Por eso, damos un paso muy importante comprometiéndonos a reducir a cero nuestra exposición a actividades relacionadas con el carbón, dejando de financiar a empresas en estas actividades antes del año 2030 en países desarrollados y antes de 2040 en el resto de países.

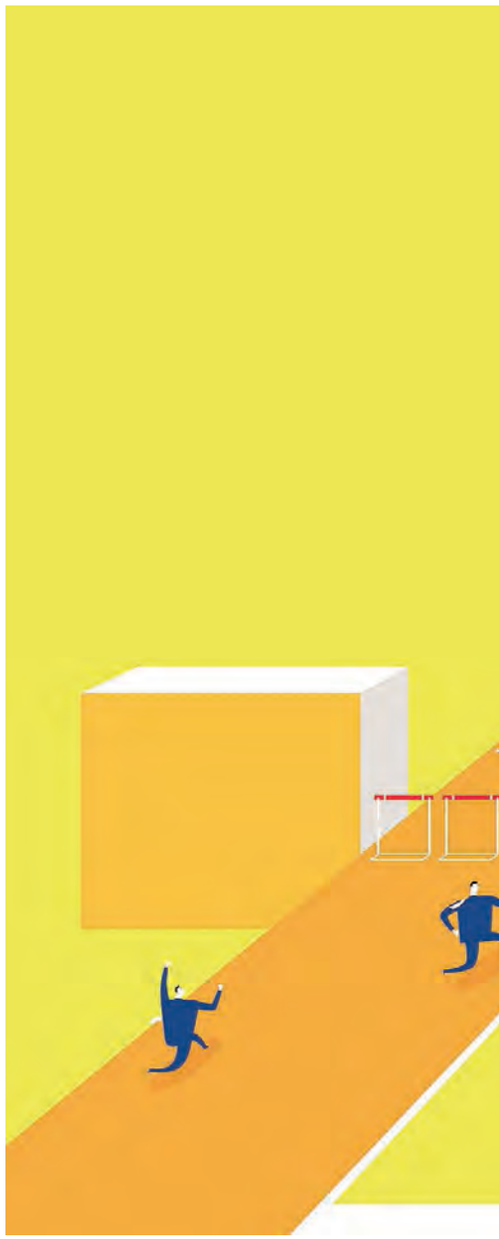
Acompañaremos activamente a nuestros clientes en este camino, apoyándolos con financiación y con asesoramiento hacia modelos basados en energías sostenibles.

Creando oportunidades

Combinar nuevos retos con viejos problemas

LA BANCA es más solvente que en la última crisis financiera y está facilitando las líneas ICO y las ayudas de Europa, pero sigue inmersa en un escenario de tipos en mínimos que dificulta la obtención de rentabilidad

Beatriz
PÉREZ GALDÓN



Los bancos han vuelto a ser protagonistas en una crisis, aunque esta vez con importantes diferencias. Desde el primer momento de la pandemia fueron un sostén para la economía y ahora son una palanca para la recuperación. Durante la crisis financiera, el sector bancario fue el principal lastre.

"La banca se volcó para mitigar el daño a los clientes, empresas y ciudadanos, y colaboró con el Gobierno para multiplicar los esfuerzos en la lucha contra la pandemia", comenta Carlos Balado, profesor de la OBS Business School. "En este momento, el sector es imprescindible porque la prioridad para todas las empresas es la supervivencia, y en un escenario como el actual, en el que es difícil hacer valoraciones sobre la viabilidad futura de algunos negocios que están sufriendo problemas de liquidez e incluso de solvencia, la banca sabe cómo gestionarlo", añade el experto.

El sector financiero tiene un papel doble en la recuperación: el suyo propio y el de ser intermediario de las ayudas estatales y europeas. "La banca tiene capacidad para crear instrumentos específicos como préstamos participativos o deuda subordinada en las empresas sometidas a un elevado grado de presión financiera, pero que siguen siendo viables. Es fundamental a la hora de reestructurar la deuda en las empresas insolventes que tienen proyectos de negocio viables", agrega Balado.

Las entidades financieras tomaron decisiones inéditas el pasado ejercicio como, por ejemplo, la concesión de moratorias, que contribuyeron a aliviar la situación financiera de cerca de un millón y medio de familias y autónomos, según la Asociación Española de Banca (AEB).

Por otro lado, el sector ha sido la vía para la obtención de las líneas ICO habilitadas por el Ejecutivo para ayudar a pymes y autónomos. "Con la inestimable colaboración del ICO y del Tesoro Público, nuestros bancos han hecho llegar más de 120.000 millones de euros a casi un millón de empresas, de ellas, un 98% pymes, lo que permitió salvar del cierre definitivo a miles de estas en los primeros meses de la crisis", detalla José María Roldán, presidente de la AEB, en la memoria anual.

La duración de la pandemia, que lleva más de un año instalada en nuestros días, está obligando a profundizar en las herramientas para la recuperación. En marzo, el Gobierno aprobó un nuevo paquete de ayudas por 11.000 millones (7.000 millones serán directas) para casi 100 sectores de diferentes actividades. "Es un paso no ya necesario, sino imprescindible para limitar el daño al tejido empresarial y asegurar una recuperación vigorosa". "De nuevo, los bancos tendrán un papel relevante", opina Roldán.

Igualmente, en mayo, el Consejo de Ministros dio luz verde a un código de buenas prácticas para la banca, donde las entidades podrán

El regreso de la confianza

La confianza de los bancos fue severamente dañada tras la crisis financiera. La reestructuración del sector está haciendo que regrese poco a poco al mercado, y este año se colocan entre los mayores ganadores.

GETTY IMAGES

La digitalización, una cuestión de supervivencia

La digitalización es uno de los principales retos de la banca. Para la AEB, se trata "del gran desafío del sector en los próximos años, del que depende en gran medida su supervivencia". La transformación del negocio ha acaparado varios aspectos, y uno de ellos ha sido el tecnológico. Los servicios y productos han ido adaptándose a un cliente cada vez más digitalizado. De hecho, este avance ha permitido una rápida adaptación al entorno de pandemia, donde los desplazamientos han obligado a un mayor uso de los servicios a distancia.

Pero la banca se ha topado en este proceso con el desembarco de nuevos competidores, como las *fintech* y Amazon, Google, Microsoft, Facebook, Alibaba, PayPal o eBay, que han comenzado a prestar servicios financieros. "La transversalidad de sus operaciones, su alcance geográfico y su creciente actividad en muchos servicios financieros las convierte en unos competidores mucho más peligrosos para la banca tradicional", define Alberto Calles, socio de PwC. Según el experto, los negocios más expuestos de la banca ante la presencia de nuevos jugadores son la concesión de créditos, los sistemas de pago y la venta de productos financieros.

En este ámbito, PwC considera fundamental "exprimir las posibilidades de innovación, aprovechando las facilidades que ofrecen los *sandboxes* regulatorios (aprobado en España a finales de 2020) para ensayar proyectos novedosos de tecnología financiera, ya sea por su cuenta y riesgo o en colaboración con las *fintech*". Otra actividad crucial para la consultora es el tratamiento de datos. "Algunos de los nuevos jugadores, con tecnologías más avanzadas, van por delante, pero se trata de un área estratégica que hay que potenciar", dice.

La AEB, por su parte, considera que la crisis sanitaria obligará a los bancos a "acotar los plazos previstos en asuntos como la computación en la nube, la inteligencia artificial o el tratamiento de datos. "La digitalización es una palanca clave para optimizar la gestión de costes y mejorar así la rentabilidad de la industria", asegura Alberto Roldán, presidente de la AEB.

adherirse de forma voluntaria para facilitar la renegociación de la deuda avalada contraída por las empresas. Este código contempla la extensión del plazo de vencimiento de los créditos ICO hasta 10 años, la conversión de estos en préstamos participativos y la posibilidad de aplicar quitas para reducir la deuda avalada. Estas quitas podrán llegar al 75% si la caída de la facturación supera el 70%, y deberán negociarse entre la entidad financiera, la pyme y el ICO.

El Banco de España señala como reto a medio plazo un posible repunte de la morosidad

Además, España cuenta con el apoyo de Europa para la recuperación. El programa Next Generation EU ha dispuesto para la economía española hasta 140.000 millones de euros entre transferencias y préstamos; de ellos, 72.700 millones son no reembolsables y servirán para financiar la transformación digital, la reindustrialización y la sostenibilidad.

"En esta tarea de la gestión de las ayudas europeas, nuestros bancos han ofrecido su experiencia y medios para dotar de la mayor eficacia a los procesos de selección y distribución de estos fondos". "Durante la asignación de los créditos con aval del ICO, han demostrado que tienen la capacidad para llegar con gran rapidez y eficacia a quien más lo necesita, pues conocen bien a sus clientes y son expertos en analizar los riesgos y ponderar proyectos empresariales", apunta Roldán.

GETTY IMAGES

Pero el sector financiero se enfrenta a un escenario de probable repunte de morosidad. El Banco de España confirma que "el volumen de préstamos dudosos de la cartera crediticia de los bancos frente a las empresas no financieras y a los empresarios no individuales no ha repuntado hasta ahora", aunque reconoce que "la calidad crediticia podría resentirse" si la crisis persiste.

Carlos Balado aclara cómo el sector bancario se ha ido preparando ante un escenario de adversidades aumentando sus niveles de solvencia y provisiones. "El sector cuenta con unas provisiones 2,5 veces más altas que el año anterior". Asimismo, "dispone de alta capacidad para gestionar los fondos de recuperación de la UE anticipándolos, dado el desajuste que se va a producir en su concesión".

Los bancos españoles registraron unas pérdidas conjuntas de 6.955 millones en 2020 tras fortalecer su balance por 12.000 millones. El margen bruto disminuyó el 11,2% con respecto a 2019, mientras que la ratio de máxima solvencia (CET1 *fully loaded*) subió 40 puntos básicos, hasta el 11,86%.

Desde la crisis financiera de 2008 el sector ha pasado por un profundo proceso de reestructuración que ha requerido el cumplimiento de una exigente regulación europea. El resultado es que el nivel de solvencia ha alcanzado cotas históricas. "Tenían balances más saneados y robustos que, junto con una posición de liquidez extraordinaria, facilitada por los bancos centrales, ha posibilitado actuar con la rapidez y mecanismos necesarios demandados por el mercado", dice Luis Losantos, de la EAE Business School.

La banca se ha convertido en un aliado clave para la viabilidad de muchos negocios

El mantenimiento de los tipos de interés en mínimos históricos por parte del BCE implica unas condiciones de financiación ventajosas, pero son una losa para los márgenes.

Los bancos se enfrentan en el corto plazo a un entorno de incertidumbre, una dura competencia, el cumplimiento normativo y las bajas rentabilidades. Como recomendaciones, PwC apunta a la necesidad de afinar en la gestión de riesgos, la defensa en aquellas áreas que dominan como son los sistemas de pago, la consideración de fusiones, el avance en la innovación y el refuerzo de la reputación. "La banca se encuentra con un doble reto: gestionar la cartera de crédito potencialmente dañada por la crisis y la necesidad de transformación de su modelo de negocio tradicional", resume Alberto Calles, socio de la consultora.

120.000

millones facilitaron los bancos en 2020 a casi un millón de empresas, de las que un 98% fueron pymes, con las líneas ICO.

1,5

millones de familias y autónomos se beneficiaron de las medidas tomadas por la banca, como fueron las moratorias.

6.955

millones perdieron las entidades financieras en 2020 tras fortalecer su balance con provisiones de 12.000 millones.

11,2%

disminuyó el margen bruto del sector el último año por los bajos tipos, los diferenciales de cambio y el recorte de la actividad.

11,86%

fue la ratio de máxima solvencia del sector (CET1 *fully loaded*), 40 puntos básicos más que en 2019.

Liceu 175 Opera Barcelona

Cambiamos contigo
para conseguir
el mundo que todos
queremos.

Naturgy

naturgy.es

- Produce tu propia energía en casa con nuestras placas solares.
- Tarifas comprometidas con el medio ambiente para todos nuestros nuevos clientes.
- Instalación de punto de recarga para tu vehículo eléctrico donde tú elijas.
- Facilidades de pago y asesoramiento energético para tu negocio.
- Llegamos en menos de 3h a tu hogar 24/7 para reparaciones urgentes.
- Ayudamos a miles de familias rehabilitando sus hogares y asesorándolas en eficiencia energética.

La demanda de financiación sostenible se dispara

CaixaBank

LA ENTIDAD registra en los primeros meses de 2021 un 60% más de financiación sostenible que durante todo 2020, con más de 20.000 millones de euros movilizados, y hace frente a una demanda creciente

La nueva CaixaBank, fruto de la fusión de CaixaBank y Bankia, quiere liderar el mercado de la financiación sostenible. CaixaBank ha cerrado 58 operaciones de financiación sostenible en 2021 por valor de 20.120 millones de euros, una cifra que supone un récord para el banco en esta área de actividad, superado ya en un 60% el volumen de crédito concedido en todo el año anterior con estas características.

El mercado de financiación sostenible está registrando un fuerte crecimiento este año, en el que se proyecta un crecimiento en la entidad para el cierre de 2021 del 100% respecto al ejercicio anterior, teniendo en cuenta que se ha igualado en junio el volumen de préstamos total de 2020 y que se ha alcanzado un 75% del volumen total de emisiones de bonos ESG a cierre del año anterior.

CaixaBank dispone de diferentes soluciones de financiación sostenible. Una parte relevante de la financiación sostenible se ha formalizado bajo el formato de préstamos sostenibles (ESG-Linked), que vinculan el tipo de interés de la financiación a objetivos sostenibles (KPIs o Ratings ESG). En esta categoría, en 2021 CaixaBank ha cerrado 33 operaciones por valor de 3.189 millones de euros. Entre ellas, destacan el préstamo sindicado sostenible de Acciona, la mayor operación sostenible hasta la fecha en España y pionera a nivel global al garantizar los impactos planteados como objetivos en la financiación, o el sindicado de Atresmedia, que se convirtió en el primer préstamo sostenible en España en el sector audiovisual. En ambas transacciones, CaixaBank ha actuado como Coordinador de Sostenibilidad y Agente.

Por otro lado, CaixaBank ha realizado ya este año siete préstamos verdes por valor de 171 millones de euros. Los préstamos verdes se caracterizan por financiar proyectos con un impacto positivo directo en materia medioambiental. Dentro de esta categoría, destaca la financiación concedida en febrero a la Autoridad Metropolitana de Barcelona para financiar su programa de movilidad sostenible o el *project finance* de energía renovable de Cubico, ambas operaciones públicas.

En cuanto al ámbito transaccional, CaixaBank está liderando la innovación en España en este segmento de productos, movilizando 1.855 millones de euros en operaciones vinculadas a productos transaccionales, donde destacan varias operaciones formalizadas con Endesa.

En cuanto a la actividad de mercado de capitales en 2021, CaixaBank ha participado como *bookrunner* en la emisión de 14 bonos calificados como verdes, sociales o sostenibles, lo que ha supuesto la colocación de 14.900 millones de euros. En este capítulo, destacan emisiones como los Bonos Verdes de Red Eléctrica,

Los préstamos verdes que financian proyectos con un impacto medioambiental llegan a 171 millones de euros

33

préstamos que vinculan el tipo de interés a objetivos sostenibles.

3.189

millones de euros concedidos en la categoría ESG-Linked.

Sede de CaixaBank en Barcelona.

Sostenibilidad certificada

El Grupo CaixaBank, a través de VidaCaixa y CaixaBank Asset Management, se ha convertido en el primero en España en recibir la Certificación de Finanzas Sostenibles bajo criterios ASG –ambientales, sociales y de gobierno corporativo– de Aenor. Esta nueva certificación avala el trabajo y los esfuerzos realizados por las dos gestoras del grupo para integrar estos criterios en los procesos de toma de decisiones de inversión.

CaixaBank, en línea con su modelo de banca socialmente responsable, está comprometida con la inversión sostenible, entendida como aquella que no solo ofrece rentabilidad económica para los inversores, sino que también promueve una gestión coherente con la creación de valor para toda la sociedad, persiguiendo un impacto social y ambiental. En 2020 la entidad registró un incremento de un 176% de los saldos medios de los clientes de Banca Privada en fondos de inversión socialmente responsable (ISR).

José Ignacio Goirigolzarri y Gonzalo Gortázar.
GETTY IMAGES

El grupo ha participado en la emisión de 14 bonos verdes, sociales o sostenibles, y ha colocado 14.900 millones

Telefónica y Enel, y las emisiones del Bono Sostenible de la Comunidad Autónoma Vasca, Comunidad de Madrid y Andalucía.

Además, a junio de 2021, CaixaBank ha emitido siete bonos para apoyar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, y es el banco europeo con mayor volumen de emisiones de bonos ESG en euros, con un total de cuatro bonos verdes y tres bonos sociales, con un valor combinado de 6.000 millones de euros y 500 millones de libras. De este modo, se posiciona como el mayor banco europeo con mayor volumen de bonos ESG en crédito euro.

CaixaBank es una de las entidades financieras más activas en materia de sostenibilidad, dado que su Plan de Banca Socialmente Responsable recoge cinco importantes principios de actuación que suponen una contribución directa a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. La entidad apoya, mediante su actividad, iniciativas y proyectos respetuosos con el medio ambiente, que contribuyan a prevenir y mitigar el cambio climático, a impulsar la transición hacia una economía baja en carbono y el desarrollo social.

CaixaBank es el mayor banco europeo por volumen de bonos ESG en crédito euro

Durante 2020, CaixaBank movilizó un total de 5.010 millones de euros en préstamos sostenibles y 7.500 millones en emisiones de bonos verdes, sostenibles y sociales. Estos datos la colocan como una de las entidades líderes en Europa en financiación sostenible. Según el ranking de Refinitiv, a cierre de 2020, CaixaBank se sitúa como el 5º banco europeo y 9º banco mundial en ESG & Green Lending.

En 2021, la entidad se ha colocado como el banco líder en la emisión y colocación de bonos verdes, sociales y sostenibles en los mercados de España y Portugal, según los rankings de Dealogic y Refinitiv.

Un impulso al verano... y al motor de la actividad

LA ENTIDAD dispone de un amplio abanico de productos y servicios dirigidos a hoteles, restaurantes y cafeterías con el objetivo de apoyar la reactivación del sector turístico

Cada vez está más cerca el fin de la pandemia, gracias al avance de la vacunación. Las limitaciones horarias y los aforos van siendo menores. Las fronteras se van abriendo y las reservas se han acelerado. El verano acaba de empezar y también las vacaciones. Para la sociedad se avecinan tiempos mejores, y también para el sector turístico, uno de los más penalizados y clave para la economía.

España es una potencia del turismo, con un récord de viajeros de 83,7 millones en 2019 que realizaron un gasto de 92.278 millones de euros. Antes de que el Covid-19 se instalara en nuestras vidas, el turismo aportaba el 12,4% al PIB. La Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) prevé que, aun produciéndose un avance en 2021, su contribución a la economía supondrá el 50% de lo que generó en 2019, "por lo que seguirán siendo muy necesarias medidas de apoyo para empresas y trabajadores de dicho sector", opina la patronal.

Banco Santander siempre ha apoyado a este sector y, por eso, durante este tiempo ha puesto en marcha diversas iniciativas encaminadas a paliar los efectos de la crisis y a retomar las actividades empresariales. Así, solo en los primeros cinco meses del año, la entidad ha destinado al sector de la hostelería y la restauración más de 1.000 millones de euros. Y lo ha hecho desde el inicio de la pandemia; por ejemplo, si nos fijamos en 2020, Santander financió con 2.374 millones de euros al sector hotelero los seis primeros meses, con un incremento de más del 150% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

1.000

millones de euros es la financiación concedida por Santander al sector hotelero en los cinco primeros meses de 2021.

Además de seguir facilitando recursos, ha desarrollado un completo programa de servicios en apoyo a hoteles, restaurantes y cafeterías (Horeca), del que se pueden beneficiar todos, con independencia del tamaño, a lo que se ha sumado una unidad específica de atención al sector hotelero, volcada en atender sus necesidades concretas y en apoyarles en un momento especialmente complicado para ellos.

"A vosotros, hoteles y alojamientos, que hacéis de España una po-

Adecuar los negocios a un nuevo contexto

- **One Digital,** la plataforma enmarcada en Santander One Empresas, ayuda a los clientes de Banco Santander a desarrollar sus negocios desde el punto de vista tecnológico, para adaptar el servicio a la demanda, y la empresa a las nuevas tendencias que permitan su crecimiento. Facilita el control absoluto y la automatización de los procesos recurrentes.
- **Con la plataforma** Santander ZOne las empresas y comercios pueden dar a conocer sus ofertas a los clientes de Santander, con un mercado de más de cinco millones de consumidores potenciales. No tiene coste, solo se necesita tener contratada una modalidad de TPV con la entidad.
- **Santander Personal Negocios** reúne un equipo de profesionales del ámbito tecnológico con capacidad para dar respuesta a cada una de las peticiones empresariales. Permite, además, la relación con el cliente a través de herramientas de vanguardia como videollamada o la aplicación móvil específica para empresas. La atención online está disponible las 24 horas los siete días de la semana.

Financiación para establecimientos más verdes

El Préstamo BEI Eficiencia Energética de Santander es una financiación pionera para proyectos de reforma de establecimientos o actuaciones enfocadas a la mejora en eficiencia energética. Las empresas pueden acceder a esta modalidad de financiación para, por ejemplo, sustituir la iluminación convencional por led, aislamiento de cubiertas y fachadas, instalación de válvulas termostáticas en radiadores, reemplazo de sistemas de aire acondicionado, o para cambiar calderas convencionales por otras de condensación de gas natural o biomasa.

Pago sin contacto, a través de una TPV y un móvil.
GETTY IMAGES

tencia turística en el mercado internacional, por buscar la tradición y la calidad para una experiencia completa de cultura y ocio, por ensalzar el producto local, la distribución y el turismo y por dar empleo a millones de trabajadores". Es el mensaje cercano y de reconocimiento que emplea la entidad en la presentación de su programa Horeca, al que pertenecen 130.000 de sus clientes. De ese total, el 68% del sector de la restauración son autónomos, mientras que en los hoteles, el 60% son micropymes. En ambos casos, el perfil digital se sitúa en el 60% y representa un volumen de negocio de 12.500 millones.

El banco pone a su disposición líneas de financiación a corto y largo plazo. Entre su oferta se encuentra, por ejemplo, un préstamo para financiar el pago de impuestos (IVA, IRPF, Sociedades) que permite mantener la liquidez del negocio. Y existe la opción de leasing para instalaciones, maquinaria, inmuebles o cualquier activo; renting de equipamiento y de coches, y para otro tipo de soluciones que se precisen sin necesidad de realizar una compra.

Con Santander One Empresas se pueden hacer todas las gestiones propias de una cuenta sin comisiones, simplemente cumpliendo algunos requisitos. El sistema de cobro a clientes está adaptado a las circunstancias sanitarias del momento. Con TPV Santander, el establecimiento cuenta con una opción segura y eficiente, y que acepta los métodos de pago más demandados por tus clientes, haciendo este tipo de gestión fácil. Existen diferentes tipos: fijo (cobro en barra y mostrador), GPRS y wifi (mesa y terraza), libre (en cualquier momento y lugar), conectado a PC o móvil (para un mayor control de las cuentas), Paygold (para realizar reservas o cobrar a distancia) y virtual (ventas online).

Confirming Duo engloba tres servicios en un solo producto: gestión de pago, financiación para proveedores, y para la empresa. Es una opción con ventajas para todos, ya que los proveedores pueden cobrar por anticipado sus facturas, y llegado a vencimiento, el empresario puede beneficiarte de un aplazamiento en el pago de dichas facturas, obteniendo financiación.

Los empleados de la hostelería son una parte fundamental en el proceso de recuperación. Por eso, Banco Santander ha pensado en ellos y les facilita servicios bancarios y de ahorro, con algunas ventajas. Asimismo, asegura los cuatro pilares del negocio: patrimonio, responsabilidad civil, personas y cuenta de resultados.

Hay más opciones y servicios en los que apoyar el negocio. Y es que el objetivo de Santander, que cuenta con una cuota de mercado del 25% en pymes, es que "los hoteles y alojamientos turísticos sigan siendo lo que siempre han sido, el motor de la economía y el corazón de todo un país".

El valor de adelantarse a las necesidades

ESTRATEGIAS tempranas de digitalización como las desarrolladas por BBVA han sido claves para que ayuden a sus clientes a una mejor gestión de las finanzas personales por un mundo más justo y sostenible

Interior del edificio La Vela, sede de BBVA en Madrid.

25.000

millones en líneas de crédito con aval público gestionó BBVA en 2020.

185.000

operaciones en líneas ICO tiene aprobadas para financiar a pymes, empresas y autónomos.

La pandemia nos ha enseñado lo acertadas que han sido las estrategias de digitalización temprana en el seno de las empresas. Un ejemplo claro de ello es BBVA. La entidad llevaba muchos años centrando la mirada en la digitalización, de forma que han podido utilizar todos los desarrollos tecnológicos ya implantados para estar cerca del cliente, dándole soluciones, permitiéndole gestionar mejor su dinero, la atención remota por parte de sus banqueros, etcétera.

Además, los bancos han demostrado ser parte fundamental de la solución ante la crisis del Covid. En concreto, BBVA ha activado iniciativas de ayuda, con el foco en empresas, pymes y autónomos, pero también para los particulares más afectados en distintos países. De hecho, durante 2020 ayudó a tres millones de clientes con cerca de 63.000 millones de euros entre líneas de crédito con aval público (25.000 millones) y moratorias (38.000 millones).

En el caso de España, las empresas han contado también con las líneas ICO como una excelente iniciativa para proteger el tejido productivo y el empleo. Hasta la fecha, BBVA ha concedido más de 185.000 operaciones que han permitido dar financiación a compañías, pymes y autónomos.

Una España más verde y digital

El banco que preside Carlos Torres Vila basa su estrategia de valor añadido para sus clientes en dos pilares: salud financiera y sostenibilidad. El objetivo es ayudarles a tener un mayor control sobre sus finanzas personales para alcanzar sus objetivos vitales y en su transición hacia un mundo más sostenible e inclusivo, con financiación, asesoramiento y soluciones innovadoras. Para ello, en BBVA aspiran a que todos sus productos tengan una solución alternativa sostenible. En España ya se ha logrado.

En su propósito de cuidar de la salud financiera de los clientes, quieren darles apoyo en la toma de decisiones financieras para mejorar así la gestión de su día a día, con herramientas que facilitan el control de los gastos y el ahorro. Para ello, por ejemplo, en España la *app* cuenta con opciones para categorizar gastos, calcular balances mensuales, cumplir una meta concreta de ahorro y, como novedad, calcular el patrimonio neto para que el cliente tenga una visión de su situación presente y futura.

> La 'app' del banco facilita la administración del dinero y el control del gasto

En cuanto a la sostenibilidad, su presidente, Carlos Torres Vila, ha señalado en varias ocasiones que "la lucha contra el cambio climático supone una de las mayores disrupciones de la historia, una tarea titánica que hay que acometer con un ritmo de cambio también sin precedentes". Algo que afecta a toda la sociedad y

Fundación Microfinanzas BBVA

Una de las convicciones de BBVA es que la transición hacia una sociedad más sostenible debe ser justa y no dejar a nadie atrás. De ahí que en BBVA, un banco muy presente en el mundo emergente, estén "muy orgullosos de contribuir al desarrollo" de estos mercados.

De hecho, la OCDE ha reconocido la labor de la Fundación Microfinanzas BBVA como la primera entidad por contribución al desarrollo en América Latina y la segunda en todo el mundo, solo detrás de la Fundación Bill y Melinda Gates.

Sobre los efectos finales para España de los fondos Next Generation EU

España puede recibir alrededor de 140.000 millones de euros entre subvenciones y préstamos durante cuatro años de los fondos Next Generation EU (NGEU). En un escenario en el que se utilizara el 100% de las subvenciones y el 50% de préstamos, el producto interior bruto (PIB) subiría más del 3% en 2024 respecto a un escenario sin NGEU, según las estimaciones de BBVA Research. Estos resultados implican que entre 2021 y 2024 cada euro de fondos europeos recibido se transformará en un 1,08% de PIB.

No obstante, los efectos finales de NGEU sobre la economía española dependerán de diversos factores. Entre ellos, la capacidad de absorción y ejecución de estos fondos por parte de las Administraciones españolas. La incertidumbre puede reducir los efectos positivos y serán cruciales la eficacia y rapidez de los proyectos financiados, su diseño, selección, gobernanza, ejecución y capacidad para incrementar el crecimiento potencial.

requiere que se sumen los esfuerzos de todos: consumidores, poderes públicos, inversores y empresas de todos los sectores. En esta transición, Torres Vila subraya que los bancos juegan un papel crucial, ya que "somos catalizadores del cambio". En su opinión, "la transición y la innovación requieren financiación" y "tenemos un papel muy importante también asesorando a nuestros clientes con soluciones innovadoras".

La iniciativa Compromiso 2025 de BBVA movilizará 100.000 millones en favor de los ODS

Lo cierto es que BBVA ha sido pionero y ha incorporado como una de sus prioridades estratégicas ayudar a los clientes en la transición hacia un mundo sostenible. Gracias a su Compromiso 2025, desde 2018 hasta marzo de 2021 ha movilizado 59.000 millones de euros contra el cambio climático y para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo que supone ir muy por delante del propósito total del grupo de movilizar 100.000 millones de euros en 2025. Asimismo, la entidad ha avanzado en hacer realidad el cometido de alinear su actividad con las metas del Acuerdo de París.

En ese sentido, desde 2020 el banco es neutro en carbono en las emisiones que genera directamente por su actividad. Recientemente, ha dado un paso más y anunció en abril su compromiso de ser también neutro en las emisiones de carbono de sus clientes en el año 2050. "Con ello adelantamos en 20 años el escenario base del Acuerdo de París. Además de ser una necesidad para el planeta es, sin duda, una oportunidad", afirma Carlos Torres Vila.

Crecer y corregir debilidades estructurales

Sabadell

LAS AYUDAS de Europa ofrecen margen para responder a la crisis sanitaria, modernizar el tejido empresarial y para construir una economía más fuerte

Hace algo más de un año el mundo se enfrentaba a una crisis histórica. La aparición del Covid-19 y su expansión en todo el planeta derrumbaba las economías como nunca antes había ocurrido, con la paralización durante meses de muchas actividades. El impacto ha sido especialmente dramático en sectores como el turístico.

Una situación de esta índole requiere una salida con la misma intensidad. La recuperación está en marcha y Gobiernos y países han movilizado programas y recursos también históricos para conseguir llegar a los niveles de la prepandemia. Sin embargo, la vacunación marcará el ritmo de la vuelta a la normalidad.

El Fondo de Recuperación Europeo (Next Generation UE) tendrá un papel clave. "Si todo va como se espera, la actividad económica retomará el vuelo tras un primer trimestre del año débil por las medidas restrictivas que se establecieron para combatir la tercera ola del Covid", apuntan desde Banco Sabadell.

El escenario económico está arropado también por las políticas expansivas del Banco Central Europeo y por el impacto que pueda tener en la demanda global el impulso fiscal en Estados Unidos.

El Banco de España, la Comisión Europea y el FMI sitúan sobre el 6% el crecimiento en 2021 para España, por encima de las previsiones para el conjunto de la zona euro.

España se erige como uno de los grandes beneficiados de los fondos Next Generation UE. Recibirá cerca de 70.000 millones durante los tres próximos años en forma de transferencias, a lo que se suman los recursos que lleguen a partir de 2022 como préstamos en condiciones ventajosas. Además, tendrá a su disposición más de 12.000 millones del programa React-EU en 2021 y 2022.

"El fondo europeo nos ofrece margen para responder a la crisis y modernizar nuestro tejido productivo. Debería servir como base para apuntalar el crecimiento, permitir una economía más digital y sostenible y, en general, combatir las vulnerabilidades estructurales de nuestra economía", señalan en Sabadell.

El banco realiza una serie de consideraciones para que el plan sea un éxito. Desde su visión, es fundamental la colaboración pública y privada; la adaptación de los instrumentos financieros a las necesidades y tamaño de las empresas, y la inclusión de toda la cadena de valor de los Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica (Perte) y hacerlos compatibles con el marco de la UE de ayudas de Estado.

También se precisa de un compromiso reformista por parte de cada uno de los países, con especial incidencia en el avance hacia una Administración pública más moderna y ágil que favorezca el desarrollo empresarial, la mejora en el sistema educativo o la garantía del sistema público de pensiones, así como la capacidad de creación de una cultura de medición transparente y sistemática de resultados, que permita valorar el avance.

3.697

millones de moratorias (tanto legales como sectoriales) concedió Sabadell en 2020. El 86% son hipotecas.

11.700

millones de euros facilitó durante el pasado año en líneas ICO, con una garantía media del 75%.

47.808

millones de activos líquidos, lo que supone más del 21% del balance y una ratio de liquidez del 198%.

Sede de Banco Sabadell en Barcelona.

Iniciativas de Sabadell

Sabadell está diseñando planes de asesoramiento y acompañamiento a las empresas, pymes y autónomos que quieran acceder a los fondos de recuperación, ya sea para diseñar un proyecto como para la gestión.

Además, ha creado una web (*https://fondorecuperacioneuropeo.bancsabadell.com/*) con toda la información sobre los FRE, y publica *webinars* centrados también en el fondo, dentro del espacio Hub Empresa (*https://newsletters.bancsabadell.com/webinars-hub-empresa*).

El apoyo del sector bancario en la crisis

Las entidades financieras quieren ser parte de la salida de la crisis y lo han demostrado con la ejecución de casi un millón de operaciones ICO concedidas a más de 600.000 empresas en un tiempo récord, por un importe cercano a los 120.000 millones. Además, se han concedido más de 1,4 millones de operaciones de moratorias por valor de 57.400 millones de euros durante la pandemia.

La banca española ha demostrado ser garantía de eficiencia y ejemplo de agilidad en toda Europa. "El sector financiero ha puesto todos los medios necesarios para que las ayudas públicas lleguen con celeridad a sus beneficiarios", afirman en Sabadell.

La distribución de los fondos europeos seguirá lo marcado en el plan de recuperación económica del Gobierno de España, que a su vez cumple los requerimientos dictados por la Comisión Europea, y tendrá especial incidencia en la transición ecológica y la transformación digital.

Las pymes españolas serán las protagonistas en el proceso de recuperación

Construcción, *utilities* y telecomunicaciones serán los sectores tractores de la mayoría de las inversiones presentadas por el Ejecutivo. El agroalimentario, la automoción, el transporte, las Administraciones públicas y el turismo también se verán beneficiados de forma directa por alguna de las principales inversiones incluidas en el plan.

Banco Sabadell resalta la importancia de que las pymes sean las protagonistas en este cambio de escenario económico: "Es muy importante que puedan optar a fondos para la digitalización de los negocios, porque las pymes son necesarias para que la transformación del tejido productivo sea posible. Y, por otra parte, la pandemia ha puesto muy de manifiesto la brecha en términos de herramientas tecnológicas entre pymes y grandes empresas". Para ello, la entidad subraya "la importancia de un plan específico y su ejecución, especialmente en un contexto en el que falta capital humano especializado".

Los bancos tienen un papel fundamental en el proceso de transformación y avance de las pymes, tanto desde el punto de vista del asesoramiento como de la facilidad de financiación y de las ayudas a nivel estatal y europeo. Además, tienen un conocimiento real de los negocios y sus necesidades en el nuevo contexto económico. "Nos encontramos en la antesala de una recuperación económica y ante la oportunidad de encaminarnos hacia una economía más moderna. La colaboración y el esfuerzo de todos van a ser necesarios para obtener lo mejor de este nuevo viaje que emprendemos", resume Sabadell.

Podemos y sabemos hacerlo, hagámoslo

José María ROLDÁN

Presidente de la Asociación Española de Banca (AEB)

A medida que se acerca el momento de que España reciba los primeros fondos del programa Next Generation parece más urgente que nunca iniciar un debate –abierto a todos los sectores de la sociedad– sobre cómo hacer el mejor uso y aprovechamiento de esos fondos. Por esta razón, tengo que felicitar al diario **CincoDías** por lo oportuno de esta iniciativa, a la que espero aportar la visión de los bancos españoles, profundamente interesados en este proyecto.

Aún a riesgo de parecer dramático, no me queda otra que enfatizar la importancia vital que este programa de la UE tiene para el futuro de nuestro país. No se trata solo de su aspecto cuantitativo, aunque no es baladí: 140.000 millones, equivalentes al 11% del PIB español. Más importante aún es que esos fondos van a servir para financiar proyectos dirigidos a la transformación digital y el pacto verde en favor de energías limpias. Son los dos ejes elegidos por la CE, que propone así avanzar hacia una Europa verde, digital, social y más resistente, lo que parece razonable dado que, si vamos a reconstruir nuestras economías, debemos hacerlo sobre bases de futuro.

Afortunadamente, los bancos españoles están perfectamente alineados con los objetivos de la CE. La digitalización y la sostenibilidad han formado parte esencial de su estrategia en los últimos años y siguen haciéndolo. Nuestras entidades son líderes de la transformación tecnológica, gracias a la apuesta que hicieron hace tiempo para digitalizar su actividad, lo que ha implicado años de preparación, aprendizaje y cuantiosas inversiones. Esta preparación ha permitido durante el confinamiento ofrecer a los clientes servicios remotos, con agilidad y sin incidencias.

En cuanto al compromiso de la sostenibilidad, y como quedó claro en la COP25, hemos acelerado los esfuerzos y el sector bancario español es ya visto, en poco más de un año, como un sector puntero a la altura de otros sistemas financieros pioneros. Creemos, por lo demás, que el sector está llamado a jugar un papel de primer orden como principal financiador de la revolución verde. La CE estima que Europa necesita alrededor de 260.000 millones de euros de inversión adicional al año durante la próxima década para afrontar este proceso, y es evidente que la inversión pública no será suficiente y los inversores privados deberán intervenir para financiar proyectos favorables al clima. Hasta ahora estas cifras no dejaban de ser estimaciones, pero el plan Next Generation ha puesto inesperadamente sobre la mesa cuantiosos fondos para ser invertidos, lo que puede representar un empujón decisivo en la transición hacia un modelo sostenible.

En general, estamos convencidos de que el sector bancario puede ser tremendamente útil en la distribución de las ayudas europeas, pues dispone de la experiencia y los medios para dotar de gran eficacia a los procesos de canalización de esos fondos. Los bancos aportan objetividad y criterios bien definidos en cualquier proceso, como se ha visto en el programa del ICO, financiando a quien lo necesita y está en disposición de aportar más en el futuro. Además, pueden hacer de puente entre esos fondos europeos, que pueden tardar en llegar, y la puesta en marcha de proyectos.

Precisamente, el programa ICO (120.000 millones distribuidos en más de un millón de operaciones y que llegaron a más de 600.000 empresas, un 98% pymes) demostró lo útil y eficaz que puede llegar a ser la colaboración público-privada, un modelo que debería aplicarse tanto como sea posible en la canalización de los fondos europeos. Asimismo, mostró que las pymes deberían ser contempladas con especial atención en la distribución de esas ayudas, no solo por el efecto multiplicador que esas inversiones pueden tener sobre el empleo, sino porque requieren de mayor apoyo en los procesos de digitalización y transformación sostenible y porque no podemos dejar atrás en ambos desafíos a quienes representan el 99% de nuestro tejido productivo. Es preciso, además, que la iniciativa de una parte importante de los proyectos acreedores de estos fondos fluya de abajo hacia arriba, como una forma de imbricar los planes generales en las necesidades reales de nuestras empresas.

En suma, tenemos por delante una oportunidad única para modernizar el modelo productivo español y acometer las reformas tantos años postergadas, que no podemos desperdiciar si queremos salir de esta crisis con una economía más fuerte, competitiva e inclusiva. La responsabilidad de utilizar sabiamente esos fondos recae sobre todos nosotros. Podemos y sabemos hacerlo. Hagámoslo.

El sector bancario puede ser muy útil en la distribución de las ayudas europeas

Si vamos a reconstruir nuestras economías, debemos hacerlo sobre bases de futuro

Claves para optar al dinero de Bruselas

bankinter

LA ENTIDAD pone en marcha un servicio de asesoramiento y soporte para el acceso a los fondos europeos, exclusivo para sus clientes

Con el objetivo de recuperar la actividad económica y paliar los daños derivados de la pandemia, el Consejo Europeo puso en marcha uno de sus planes más ambiciosos: los fondos Next Generation EU (NGEU), dotados con 750.000 millones de euros que se utilizarán para reactivar la economía y promover su transformación, especialmente en los ejes de digitalización y sostenibilidad.

El pasado 16 de junio, el plan de recuperación español recibió la luz verde de Bruselas, lo que permitirá a España acceder a 69.500 millones de euros en ayudas no reembolsables hasta 2026, a lo que podría añadirse una cantidad similar en préstamos.

"En Bankinter pensamos que estos fondos suponen una oportunidad de restablecer el crecimiento de la economía, potenciar la competitividad y acelerar la creación de empleo", señalan desde el banco.

Desde Bankinter, añaden: "A lo largo de los años hemos demostrado sobradamente nuestra especialización en el negocio de empresas, sobre todo en los momentos más complicados, ya sea en la crisis financiera, cuando nos mantuvimos al lado de nuestros clientes y no dejamos de incrementar ni un solo año nuestra cartera de crédito; o de forma más reciente en los momentos más críticos del confinamiento, en los que mantuvimos a buen ritmo la financiación del tejido productivo, siendo especialmente activos en los préstamos con aval del ICO".

Ahora, ante la llegada de los fondos europeos, el objetivo de Bankinter pasa por reeditar esa posición de cercanía con sus clientes empresas con el fin de ayudarles a identificar si su proyecto se puede beneficiar de ayudas y con qué probabilidad de éxito, así como acompañarles en todo el proceso hasta la propia recepción de los fondos.

Para ello, Bankinter ha llegado a un acuerdo con dos consultoras especializadas en gestión de fondos europeos, que concentran más del 40% de las ayudas gestionadas según datos del Ministerio de Ciencia e Innovación, con el fin de facilitar a sus clientes la tramitación de los proyectos de inversión susceptibles de recibir ayuda de Bruselas en materia de innovación, digitalización, industrialización o eficiencia energética.

Se trata de un servicio sin coste para el cliente hasta el momento de la materialización de las ayudas, que incluye apoyo en la estructuración y redacción de los proyectos, asistencia técnica y presentación de las solicitudes en las ventanillas públicas correspondientes.

Por último, el banco ha desarrollado una nueva sección en su web de empresas con abundante información sobre los fondos y requisitos de acceso a los mismos, que incluye diferentes contenidos, infografías y vídeos resumen.

Experiencia

El Programa sobre Fondos Europeos de Bankinter busca ayudar a sus clientes a que conviertan sus proyectos en una realidad y se beneficien de estas ayudas públicas. "Estamos preparados para asesorar y acompañar a los clientes en la presentación y gestión de sus proyectos", aseguran desde la entidad. "Contar con un socio financiero solvente, de confianza y con experiencia en el negocio de empresas va a ser especialmente importante en el momento actual", añaden.

Bankinter informa, forma y acompaña a las empresas en su crecimiento

Imagen de promoción del plan de apoyo de Bankinter.

Un modelo de gestión para mejorar el mundo

EL PATRIMONIO en fondos y planes con criterios ASG se acerca a los 1.500 millones

Ibercaja ha cerrado un primer semestre con numerosas novedades, todas centradas en solventar la crisis actual y en la transformación del sector bancario. A principios de año, la entidad puso en marcha una nueva política de sostenibilidad que incorpora los criterios ASG (ambientales, sociales y de gobierno corporativo) en su estrategia de negocio. Refuerza así el compromiso que mantenía en este ámbito, al tiempo que adecua sus servicios y productos a la demanda del momento; gestiona ya cerca de 1.500 millones de euros en fondos y planes de pensiones individuales con criterios ASG.

Ibercaja se ha convertido en uno de los miembros fundadores de la alianza Net Zero Banking (NZBA, por sus siglas en inglés), liderada por el sector bancario y auspiciada por la ONU para la transición hacia una economía global baja en carbono

Además de la sostenibilidad, otra de las prioridades de actuación del banco es ofrecer apoyo a la recuperación. "Nuestro propósito corporativo se fundamenta en ayudar a nuestros clientes en sus momentos vitales, y el actual es uno de ellos. Después de la crisis, las empresas necesitan todo nuestro apoyo para poder aprovechar las oportunidades que ofrece la recuperación y la inminente llegada de los fondos europeos (Next Generation EU)", explica Teresa Fernández, directora de banca de empresas de Ibercaja. "Ya estamos trabajando en una serie de propuestas específicas, que nos permitirán ofrecer un acompañamiento integral", añade.

Ibercaja ha creado una nueva área, Banca de Empresas, que trabaja en "la configuración de una propuesta diferencial de valor para este segmento de clientes y en la mayor especialización del servicio para las compañías".

En el primer trimestre de 2021 el banco formalizó 191 millones en operaciones de líneas ICO Covid, elevando el total concedido desde el inicio de la pandemia a 2.011 millones; el 78% del importe se ha destinado a autónomos y pequeñas y medianas empresas.

Por otro lado, el saldo de las moratorias vivas en préstamos a particulares concedidas para aliviar la situación de los clientes más vulnerables desde el inicio de la pandemia se ha reducido en un 53,6%, situándose al cierre del pasado mes de marzo en 354,6 millones de euros.

Ibercaja también ha presentado un plan estratégico para el periodo 2021-2023, "donde el talento, la evolución del modelo tecnológico y una cultura corporativa en torno al propósito corporativo y la sostenibilidad serán determinantes para lograr las metas establecidas", según señala la entidad.

Edificio de Ibercaja en Zaragoza.

585.000

clientes "muy vinculados" tenía la entidad al finalizar el pasado año, frente a los 544.000 de 2017.

2

de cada 10 euros de las entradas netas en fondos entre 2018 y 2020 los recibió Ibercaja Gestión.

50%

de las ventas del banco procederán de canales online al llegar a 2023, frente al 28% actual.

Banca Empresas nace como un servicio diferencial para un segmento de clientes

HOY TU ENERGÍA PUEDE INSPIRAR UN MAÑANA MEJOR.
Porque hacemos de la sostenibilidad un compromiso social, que impulsa la digitalización y las renovables para todos igual, con la meta de llegar a un 100% de descarbonización en 2050. Además, apoyamos a la economía local con planes de transición energética justa, dando nueva vida a las centrales térmicas que han puesto fin a su actividad. Con Endesa puedes elegir un mañana mejor.
OPEN POWER
FOR A BRIGHTER FUTURE.
endesa.com
endesa

Responder a los nuevos desafíos

LANZA un plan estratégico para afrontar los cambios económicos, tecnológicos y sociales

Dotarse de las características necesarias para afrontar los cambios económicos, tecnológicos y sociales que están configurando el futuro. Este es el principal objetivo del nuevo plan estratégico 2021-2024 de ABANCA.

Las bases de este plan son las mismas que el banco que preside Juan Carlos Escotet ha seguido desde su lanzamiento en 2014: máxima prudencia en la gestión (para asegurar su sostenibilidad a futuro), reinvención constante (para adaptarse a las circunstancias del entorno y a los nuevos hábitos y necesidades del cliente) y responsabilidad en el desarrollo de la actividad bancaria (para contribuir a la mejora de la sociedad).

Partiendo de estas premisas, la entidad pondrá en marcha diferentes acciones y programas enfocados hacia la transformación y la creación de valor para el cliente, y su desarrollo permitirá responder a los nuevos retos del entorno, el primero de los cuales es la salida de la crisis.

A más largo plazo, ABANCA quiere contribuir a la transformación de la economía hacia un modelo más sostenible. De hecho, el plan estratégico plantea el posicionamiento del banco como actor relevante en ese ámbito incorporando parámetros de sostenibilidad en su negocio y con el lanzamiento de nuevos productos, cumpliendo con los requerimientos regulatorios financieros en la materia y gestionando los riesgos medioambientales derivados del cambio climático.

Entrada a una sucursal de ABANCA.

La digitalización ya está impulsando un cambio radical en la manera de hacer banca

El otro gran factor transformador de los próximos años será la digitalización que, según observan desde la organización, ya está impulsando un cambio radical en la manera de hacer banca para dar respuesta a las nuevas preferencias y necesidades de los clientes.

Empresas

La entidad ha creado la dirección de negocio Next Generation ABANCA, para colaborar con la Administración pública y con los clientes empresas, un sector estratégico para el banco. El objetivo es apoyar transversalmente al tejido productivo en la consecución de estos fondos asesorando y proporcionando financiación.

Responsabilidad para salir de la crisis y transformarse

Contribuir a la salida de la crisis está siendo el gran objetivo de la actividad financiera de la entidad. De hecho, hasta finales del primer trimestre de 2021 se han formalizado operaciones de financiación con aval del ICO por 3.234 millones de euros.

El Plan de Acción de Banca Responsable y Sostenible 2021-2024 se basa en acciones ambientales para afrontar la emergencia climática; socioeconómicas para impulsar el desarrollo sostenible, y de buen gobierno, enfocadas en los grupos de interés.

ABANCA Digital es un proyecto enfocado a la transformación digital del modelo de banca y centrado en el cliente para adaptarse a un entorno hiperconectado y con nuevos hábitos de consumo, y asegurar el mejor servicio por internet y multicanal a distancia.

Banca más móvil y verde para el cliente

IMPULSA la innovación y la reactivación de la economía en apoyo a las familias y empresas

Sede de Unicaja. UNICAJA

Vera
CASTELLÓ LÓPEZ

El impulso de la banca digital y de las finanzas sostenibles por parte de Unicaja Banco es ya imparable. Y los datos así lo corroboran. El número de clientes digitales (web y *app*) a finales del primer trimestre de 2021 ha representado un 54,8% del total, usuarios que sobre todo utilizan estas herramientas para realizar transacciones. De hecho, en ese mismo periodo las conexiones totales de clientes en los canales digitales aumentaron un 27% respecto al mismo periodo de 2020, y el número de usuarios de Bizum del banco, la aplicación de envío y recepción de dinero mediante el móvil, creció un 122%.

Otras iniciativas en materia de innovación tienen que ver con el despliegue de asistentes virtuales con los que mejorar la eficiencia (ya cuentan con un primer chatbot que responde a los empleados sobre productos) o el desarrollo de laboratorios de coinnovación donde, junto con potenciales *partners* tecnológicos y de negocio (clientes corporativos, *fintechs* y *startups*) poder analizar nuevas formas para hacer más eficientes las operaciones del día a día o impulsar nuevas propuestas de valor para los clientes.

Además, la entidad ha comenzado la comercialización online del Seguro Hogar Protección de Caser y el seguro de accidentes de Unicorp Vida (aseguradora participada al 50% por Unicaja Banco y Santalucía). El proceso de contratación puede realizarse a través de la banca digital de la entidad de forma cómoda, ágil e intuitiva. Asimismo, para facilitar a los clientes el proceso de financiación de la vivienda, se ha puesto en marcha un simulador de hipotecas.

Estos son solo algunos de los resultados de su Plan Estratégico y de Transformación 2020-2022, dentro del que se incluyen, entre otros, los planes de transformación y de dinamización comercial que se focalizan en la atención dirigida a la totalidad de la clientela. Precisamente en el primer trimestre de 2021 se han llevado a cabo iniciativas destinadas a una mejor atención al usuario, como el programa de Evaluación de la Calidad de Servicio Interno 2020 y la incorporación de procesos en el programa de Voz del Cliente Unicaja Escucha, para captar la opinión de los usuarios.

Y todo sin olvidar sus actuaciones de responsabilidad social corporativa (RSC) y banca sostenible y responsable. Así, hace unos meses se puso en marcha un plan de formación en finanzas sostenibles destinado a toda la plantilla.

Asimismo, se ha aprobado la política de sostenibilidad, que concreta el posicionamiento del Grupo en ese ámbito; la política ambiental, energética y de cambio climático, para establecer los principios básicos de actuación en esas materias, y la política de integración de los riesgos de sostenibilidad en el proceso de toma de decisiones y en el asesoramiento sobre productos de inversión y seguros.

Hechos

Reactiva la economía y apoya a las familias y empresas, por ejemplo, mediante la concesión de liquidez y financiación con aval del Estado, de la Junta de Andalucía, de la Junta de Castilla y León y de sociedades especializadas (ha aprobado más de 13.000 solicitudes de préstamos con aval ICO de autónomos y empresas). Y ha tramitado más de 24.000 solicitudes de moratoria, tanto legales como sectoriales. Adelanta el pago de las pensiones y de las prestaciones por desempleo.

Una actividad ajustada al corto y largo plazo

PUSO en marcha iniciativas para paliar la crisis y ha incorporado una nueva política de sostenibilidad

La máxima de Kutxabank desde que apareciera el Covid-19 ha sido "estar cerca de las empresas, apoyándolas y acompañándolas para superar juntos el gran reto de la crisis sanitaria". También el cliente particular está entre sus prioridades.

Para dar salida a las dificultades del momento, el banco puso en marcha una serie de iniciativas con el propósito de ayudar en todas las vertientes de la economía española, así como a la sociedad. Por ejemplo, ha formalizado más de 900 millones de euros en ayudas para proteger a los deudores hipotecarios, facilitando el acceso a moratorias; ha canalizado más de 2.500 millones a las empresas afectadas; ha habilitado líneas especiales de financiación para autónomos, y ha puesto en el mercado una línea de préstamos preconcedidos dotada de un total de 26.000 millones de euros.

En este proceso de recuperación, Kutxabank cuenta con una nueva política de sostenibilidad, que incorporará a su modelo de negocio y utilizará para acompañar a los clientes en el proceso de transición a este ámbito. Para ello, desarrollará servicios y productos con criterios ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno).

Sede de Kutxabank en Bilbao.

4.022

operaciones se realizaron con la Hipoteca Verde, suponiendo una de cada cuatro del total.

1.718

millones de euros proporcionó la entidad en 2020 a proyectos de generación de energías renovables.

50%

del total de los clientes son digitales. El mayor crecimiento en el último año ha sido a partir de los 64 años.

El servicio de gestión a distancia se ha reforzado y ya lo utilizan 800.000 clientes

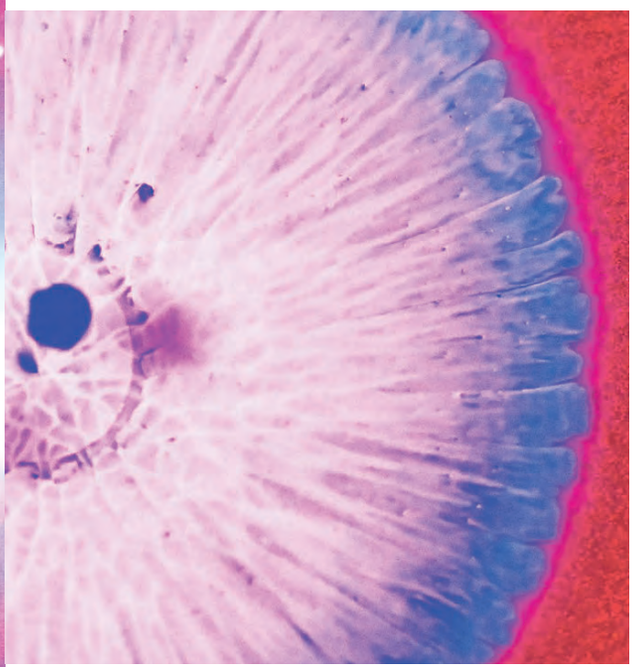
En 2020 proporcionó 1.718 millones a proyectos de generación de energías renovables, lo que supuso un incremento del 70% con respecto a la financiación y los avales suscritos en el ejercicio anterior. Una parte relevante de estos préstamos favoreció la adquisición de viviendas eficientes por parte de los particulares. Cuenta con una línea específica, denominada Hipoteca Verde, y una protección (Seguro Verde) para inmuebles con certificaciones más elevadas (A y B).

Por otro lado, la singularidad del último año ha generado una relevante aceleración de la transformación digital de Kutxabank. Como resultado, ha aumentado el número de clientes digitales, superando en la actualidad el millón, lo que supone más del 50% del total. Lo más sorprendente es que ha sido el segmento de mayores de 64 años el que más ha crecido, un 27,5% con respecto a 2019.

La crisis sanitaria también ha dado la oportunidad de reforzar el servicio de gestión a distancia para todos sus clientes que cuentan con un elevado grado de vinculación; en la actualidad, 800.000 personas pueden utilizar esta herramienta, que permite una relación personal y segura con el gestor especializado asignado.

El mes pasado, el proyecto de rating inmobiliario con el que Kutxabank y otros agentes participan en el banco de pruebas tecnológicas Sandbox fue seleccionado por el Tesoro Público para probar con usuarios reales proyectos innovadores del ámbito financiero con base tecnológica.

© 2021 Accenture. Todos los derechos reservados.



Inmensos o diminutos, los cambios están en todas partes.

Gracias a la tecnología y al ingenio humano, podemos ayudarte a que tu negocio los aproveche.

Abriendo paso al cambio.

accenture

Accenture.es

Impulsar el negocio de proximidad

CAMPAÑA que difunde las ventajas de consumir en negocios locales tocados por las restricciones

Incentivar el consumo en el comercio de proximidad se ha convertido en una prioridad para American Express. En la compañía son conscientes de que este tipo de negocios ha sufrido con especial intensidad las restricciones derivadas del Covid-19. De ahí que por segundo año haya lanzado en España la campaña Shop Small, en el marco de una iniciativa global que en 2020 permitió destinar 200 millones de dólares (165 millones de euros) en apoyo a los negocios minoristas en 18 países.

"Es parte de nuestro propósito aportar valor a las comunidades y territorios donde operamos", asegura Juan Orti, CEO de American Express España. "Shop Small forma parte de una política continua de apoyo que ofrecemos a este colectivo, mediante diferentes iniciativas llevadas a cabo durante todo el año. El comercio local es la columna vertebral de nuestra economía y estamos muy orgullosos de apoyarlo", resalta Orti.

Esta campaña busca, principalmente, impulsar su recuperación mediante un sistema de incentivo directo a la compra, que consiste en ofrecer una bonificación a los titulares de tarjetas American Express de 5 euros por cada 20 euros gastados en comercios locales.

La iniciativa contribuye "a dar a conocer los beneficios de consumir en este tipo de establecimientos y, a su vez, dota a los empresarios de valor y reconocimiento dentro de la microeconomía de cada barrio, de cada ciudad y de cada país", resalta el presidente de la compañía en España. De hecho, otro de los fines es contribuir al reencuentro entre consumidores y comercios del barrio.

"El gran apoyo manifestado por los consumidores a este tipo de negocios reafirma nuestra vocación de compromiso con el comercio de proximidad, y confiamos en que esta tendencia siga al alza a medida que el impacto de la pandemia remita", añade Julia López, vicepresidenta y directora general de área de establecimientos de American Express España.

Además, como parte de la campaña, se ha realizado una encuesta a 1.500 particulares y responsables de comercios locales de pequeño y mediano tamaño para entender los cambios generados en los hábitos de consumo durante el último año y poder así ayudar a los negocios de proximidad a adaptarse a las necesidades de sus consumidores.

A través de las encuestas, se ha constatado la importancia que tiene para el comercio incorporar nuevos canales y formas de pago adaptados a las formas de consumo surgidas, como, por ejemplo, la posibilidad de pago con tarjeta o métodos *contactless* o el uso de redes sociales como vías alternativas para darse a conocer.

Nuevos métodos

El 80% de los pagos realizados en el último año en España se han efectuado con tarjeta o algún método sin contacto. No obstante, según la consulta realizada por la compañía entre consumidores y comercios, solo un 20% de los establecimientos encuestados ha incorporado nuevos sistemas de cobro para poder atender mejor a sus clientes.

Shop Small destinó en 2020 unos 165 millones de euros a acciones en 18 países

Clientas en una tienda de ropa que participa en la campaña Shop Small de American Express.

Nos inspira una única visión:
Transformar la vida de los pacientes a través de la ciencia

Bristol Myers Squibb™

Visita bms.es y comprueba el toque humano que hay detrás de todo lo que hacemos.

®2020 Bristol-Myers Squibb Company. All rights reserved.

NOEP2007463-01

El plástico se reinventa para ser 'eco-friendly'

MASTERCARD quiere plantar 100 millones de árboles para 2025 con Priceless Planet Coalition

En el mundo se fabrican 6.000 millones de tarjetas de pago cada año generalmente en PVC, se reemplazan a los tres o cuatro años y acaban en los vertederos de todo el mundo. Es la huella ambiental del dinero de plástico, que, con las herramientas adecuadas, puede ser reversible.

En Mastercard, que desde hace un par de años forma parte de la iniciativa contra el calentamiento global Business Ambition for 1,5 °C, trabajan en la descarbonización de sus operaciones para llegar a cero emisiones netas en 2050. La compañía, que en 2020 lograba utilizar electricidad 100% renovable en sus oficinas de Estados Unidos, pretende extenderla a otras sedes y está consiguiendo comprometer a sus proveedores –que suponen más del 70% de su CO_2– hasta alcanzar una de las puntuaciones más altas en el Carbon Disclosure Project.

Otra de las estrategias medioambientales de la multinacional pasa por implicar a toda una red de casi 3.000 millones de consumidores, a través de las tarjetas fabricadas con materiales sostenibles y mediante la nueva Calculadora de Huella de Carbono de Mastercard. Permite a los usuarios conocer la huella de CO_2 generada en sus compras del día a día.

Las primeras ya están disponibles en más de una docena de países y las han emitido más de 60 instituciones financieras. La segunda, creada con la *fintech* sueca Doconomy, pretende ayudar a gastar de forma sostenible y ofrece formas de contrarrestar el impacto que generan las compras, como la reforestación.

Marquesina informativa con publicidad de Mastercard en una calle de Madrid.

Esta es una de las posibles vías para colaborar en Priceless Planet Coalition, una iniciativa global que busca la regeneración de los bosques para provocar un impacto positivo sobre la biodiversidad y que se ha fijado el reto de plantar 100 millones de árboles hasta 2025. Para participar en esta plataforma, que la compañía puso en marcha en enero de 2020 y que cuenta con el respaldo de organizaciones como el Conservation International y el Instituto de Recursos Mundiales, los consumidores pueden canjear puntos por árboles en los programas de fidelidad a través de Mastercard Pay with Rewards o hacer donaciones directas.

Algunos socios ya han adoptado este compromiso, como el neobanco bunq con el lanzamiento de la Green Card, desde noviembre de 2019 ha plantado más de 100.000 árboles, lo que supone una reducción de 30,8 millones de kilos de CO_2. A principios de este mes, Mastercard creó un nuevo distintivo– llamado "eco-badge"– para identificar las tarjetas fabricadas de forma más sostenible. Se trata de una etiqueta, que se ve fácilmente en la tarjeta y sirve para identificar aquellas que se han fabricado de forma sostenible.

Del 'blockchain' a la mesa

La crisis ha demostrado la importancia del sector agroalimentario y la necesidad de mejorar su competitividad. Mastercard Provenance aprovecha las capacidades de su red global y, basándose en el *blockchain*, vincula los alimentos hasta que llegan a los comercios, donde son etiquetados con códigos QR para que los consumidores sepan quiénes están detrás de los productos, dónde han sido cultivados y cuáles son las mejores recetas para llevarlos a la mesa. La compañía ayuda también a la digitalización de los pequeños comercios y en abril anunciaba una aportación de 250 millones de dólares para apoyar la seguridad financiera de las pymes en todo el mundo con soluciones propias como Local Market Intelligence.

EN L'ORÉAL CREEMOS QUE EL FUTURO DE LA BELLEZA ESTÁ EN LA NATURALEZA.

El 59% de los ingredientes usados en nuestros productos son de origen vegetal. En 2030, el 95% serán renovables, procedentes de fuentes minerales abundantes o de procesos circulares.

L'ORÉAL
GROUP

Al lado del comercio en los peores momentos

VISA

LA CAMPAÑA #DondeComprasImporta promueve la digitalización de las tiendas y logra que salgan adelante a pesar de la crisis

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

Con un pequeño gesto se puede conseguir un gran resultado. Por ejemplo, que no cierre la tienda de la esquina, la que lleva ahí toda la vida, si se sigue comprando en ella. Ese es el espíritu que sustenta la campaña #DondeComprasImporta, lanzada por Visa en la Navidad de 2020 para fomentar la digitalización del pequeño comercio y que ha logrado su objetivo, estar al lado de estos negocios en los peores momentos y ayudarlos a salir adelante.

"En Visa han tenido la sensibilidad y la empatía de acercarse al pequeño comercio en el momento que más lo necesitaba y llamar la atención del resto de ciudadanos sobre nuestra situación", reflexiona Pedro Miguel Carrillo, director creativo de Calzados Franjul, un pequeño taller artesano de Madrid.

Es una más entre las miles de pymes que han aprendido a digitalizarse con la ayuda de la multinacional de servicios financieros. En su caso, se ha traducido en dar el salto a la venta online. "Eso nos ha permitido seguir trabajando. Hemos notado la crisis, pero hemos hecho encargos", declara.

"Estamos muy satisfechos de haber puesto nuestro granito de arena en ayudar a las pymes españolas a recuperarse lo antes posible a través de la digitalización y fomentando el comercio de proximidad entre los consumidores", asegura Eduardo Prieto, director general de Visa en España.

Desde Delaware

En Calzados Franjul tienen clientes en Oviedo, Zaragoza y... Delaware. Desde el pequeño estado norteamericano llegó un día un correo electrónico. Una profesora jubilada había visto la web y quería regalarle a su hija que se casaba unos zapatos hechos en Madrid.

Volaron a España, les hicieron los zapatos (también la madre) marcharon de turismo por España y volvieron con algo que habían visto gracias a la apuesta digital de este taller. Porque, como dice Carrillo, "lo que no se comunica, no existe".

Elaboración artesana de zapatos en Calzados Franjul. VISA

La entidad trabaja en otras ideas para seguir impulsando la venta online de los negocios

La iniciativa de la entidad ha ido sumando apoyos a lo largo de estos meses de desarrollo. A nivel institucional, se han unido a ella la Comunidad de Madrid y el ayuntamiento de la capital. La primera, consciente de la importancia que tiene para las pymes digitalizar sus modelos de venta y pagos ante el crecimiento del comercio electrónico. Y el segundo, para reforzar su compromiso con uno de los sectores más afectados por la crisis del coronavirus. Más de mil pequeñas empresas madrileñas se van a beneficiar de esta colaboración.

Visa ha puesto en marcha también *Digitaliza tu negocio*, un proyecto dirigido a pequeñas y medianas empresas españolas que quieran iniciarse en la venta online. En este caso se aborda este asunto con una perspectiva integral, desde cómo crear el *ecommerce*, o cómo mejorar la experiencia del cliente, pasando por la forma en la que conseguir la financiación. En esta idea le acompañan CaixaBank y BBVA, con distintas soluciones digitales para comercios.

No será la última iniciativa. En un contexto como el actual en el que es fundamental modernizar las pymes para hacerlas más competitivas, y dentro del marco más amplio de los fondos Next Generation de la Unión Europea y elplan de recuperación del Gobierno, "estamos trabajando con las Administraciones públicas y la industria para desarrollar iniciativas que promuevan su digitalización", explica Prieto.

IBERIA
Cada día es el primer día
Lo normal para tu negocio es hacerlo volar
Por eso hemos diseñado una experiencia de vuelo cómoda, segura y flexible. Además, hemos reactivado muchos destinos y abierto nuevos e incrementado frecuencias.
Porque queremos volver a verte a bordo con la confianza de siempre.
Vuelo Seguro & Flexible
oneworld

La descarbonización se agiliza gracias a las ayudas de Bruselas

LAS EMPRESAS destinarán el grueso de las inversiones a redes inteligentes, movilidad, bombas de calor, hidrógeno verde y almacenamiento. Prevén crear casi medio millón de empleos en cinco años

Denisse
CEPEDA MINAYA

La descarbonización de la economía es una realidad. Ni la crisis generada por el coronavirus ha podido parar este cambio de modelo productivo. Al contrario, pese a los temores iniciales, el proceso acelera porque la recuperación económica tendrá que ser verde y digital –a estos dos capítulos se destinarán el 37% y el 29% de los 140.000 millones de fondos europeos– por mandato de Bruselas, y el sector energético, uno de los principales pilares para impulsar el PIB y el empleo pos-Covid. "En el mundo y en España, el sector va a ser una de las principales palancas de la recuperación, principalmente a través de las inversiones en energías renovables. Sin duda, vamos a ser los líderes en Europa en la generación verde y sostenible y será la España despoblada la que recibirá la mayor parte de esas inversiones", augura Juan Elorduy, director del Programa Especializado en Energías Renovables del IEB y socio de Elona Capital.

La patronal Aelēc, que agrupa a empresas como Iberdrola, Endesa, EDP o Viesgo, calcula que los proyectos relacionados con la transición energética (351 en total) y que han sido presentados al Gobierno ascienden a más de 47.000 millones de euros para 2021-2026, mientras que sus estimaciones de creación de empleo alcanzan casi el medio millón en dicho periodo, unos 80.000 anuales. "Pero no hablamos de empleo exclusivamente en las empresas de Aelēc, sino en toda la cadena de valor, en la que se incluyen compañías industriales, pymes, *startups*, instituciones o socios tecnológicos", aclaran. Es decir, hay un efecto tractor en la economía, los sectores y las comunidades autónomas, sostienen.

En 2021, estas compañías elevaron sus planes de inversión hasta los 4.500 millones, un 16% más que en 2020, apuntan. "Estamos preparados para asumir este desafío. Y con los fondos, estaremos en una buena posición para contribuir al reto de la recuperación y la transición".

El informe *21 tendencias para 2021: transformar el talento y el futuro del trabajo*, publicado recientemente por ManpowerGroup, recoge que la incorporación de medidas de protección de la naturaleza podría crear 395 millones de puestos de trabajo y unos 8 billones de euros en oportunidades para 2030.

May López, profesora de OBS Business School, añade: "La digitalización y la sostenibilidad van a marcar la hoja de ruta y, en algunos casos, irán de la mano. Se busca a toda costa la neutralidad climática y un cambio de modelo con un menor impacto ambiental, basado en renovables y economía circular. Los criterios ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno) serán también determinantes". Para Carlos Fernández Landa, socio responsable de energía en PwC, "la energía siempre ha sido un elemento esencial en el desarrollo económico. Además de ser un vector clave en el crecimiento, está en el centro de los retos de sostenibilidad a los que se enfrenta hoy la sociedad".

47.000
millones de euros es el valor de los proyectos presentados al Gobierno para 2021-2026.

351
iniciativas contemplan las compañías en renovables, almacenamiento, redes y coche eléctrico, etcétera.

16%
es el aumento de la inversión de las empresas de Aelēc en 2021, hasta los 4.500 millones.

Áreas de actuación

El sector lo ve no solo como una transformación obligada para luchar contra el cambio climático, sino también como una oportunidad empresarial y de innovación. Por eso, los recursos se destinarán a seis áreas

Más solar y menos carbón, petróleo y gas

pese al mayor impulso inversor en tecnologías limpias, los esfuerzos actuales son insuficientes para conseguir la anhelada neutralidad climática en 2050. La Agencia Internacional de la Energía, en un análisis publicado en mayo, advertía de la encrucijada global: o los países dejan de explorar nuevos yacimientos de petróleo, gas y carbón, aunque se mantengan los existentes, o se exponen a un peligroso aumento de la temperatura. Y ponía deberes para que los combustibles fósiles pasen del 80% al 20% en tres décadas: la eficiencia energética debe ser tres veces mayor, hay que instalar una planta solar casi a diario, no construir centrales de carbón y que culmine la venta de coches con motor de combustión interno en el año 2035.

Javier Díaz-Giménez, profesor de Economía del IESE, es escéptico con las metas y su impacto en el PIB y el empleo. "Hablamos de una reconversión y el efecto neto en el empleo dependerá de qué es más intensivo en trabajo, y parece que en las renovables es menor. Con las tecnologías disponibles, no está claro que se pueda pintar todo de verde de la noche a la mañana. Mientras tengamos detalles, no vamos a saber cuál es el modelo ni los ritmos a los que se va a hacer esa transformación".

concretas, detallan desde la patronal. La primera, la digitalización de redes de distribución, con 44 iniciativas por valor de más de 5.800 millones. La segunda, la movilidad sostenible, con 25 proyectos por más de 3.600 millones, para dotar de una red de recarga nacional y pensada también para el transporte pesado por carretera, con planes de electrificación de autobuses urbanos e interurbanos.

La tercera área es la electrificación del calor, 60 actuaciones por más de 9.200 millones, a fin de introducir la bomba de calor en los edificios y mejorar la eficiencia energética. La cuarta, el hidrógeno verde, con la meta de alcanzar los cuatro GW de capacidad de electrolizadores a 2030. "Las iniciativas se van a centrar en la fabricación de fertilizantes, la movilidad y en procesos industriales para facilitar la transición de la industria hacia su completa descarbonización", explican. El sector ha presentado 93 proyectos con una inversión estimada de más de 6.000 millones.

La transición beneficiará a toda la cadena de valor del sector y a las autonomías

Finalmente, la quinta área, el almacenamiento, con 40 proyectos por 5.800 millones que buscan integrar la producción eléctrica a partir de fuentes limpias, y la sexta, el aumento de las fuentes renovables, con 80 actuaciones por más de 16.000 millones.

"Como la competitividad de las renovables es ya palpable en muchos países, la inversión se va a enfocar en modelos y fuentes alternativas más disruptivas, como la producción de hidrógeno verde y la penetración del vehículo eléctrico, que, con los fondos europeos, serán una realidad mucho antes de lo esperado", cree Fernández Landa, quien añade también actuaciones en economía circular (valorización energética y el ciclo del agua). Un punto en el que Elorduy coincide: "Es en tecnologías de futuro, que todavía no son rentables, donde se dedicarán gran parte

Preocupación por los cambios regulatorios

Las compañías del sector, en concreto el 75%, están preocupadas por los cambios regulatorios que vienen. Así lo recoge el informe *Perspectivas Energía en España 2021* de KPMG, elaborado en colaboración con la CEOE.

La encuesta, realizada a 76 empresas entre diciembre de 2020 y enero de 2021, de las que el 42% tiene más de 1.000 empleados y el 68% factura más de 200 millones, destaca también algunas barreras para el cumplimiento del Plan de Energía y Clima. Entre ellas, el 17% de los directivos cita el desarrollo de las interconexiones y el almacenamiento; el 15% menciona la visibilidad de precios a medio y largo plazo, y el 12%, la dificultad de poner en marcha medidas suficientes de eficiencia energética.

Respecto al hidrógeno verde, el 41% cree que será clave para lograr la neutralidad energética en 2050, pero que su madurez solo llegará a partir de 2030.

de los esfuerzos, como por ejemplo los sistemas de almacenamiento de electricidad tipo baterías o el hidrógeno verde, llamado a ser el futuro de la energía en España y en el conjunto de Europa junto con las renovables".

Desafíos

Sin embargo, pese al optimismo y a la avalancha de inversiones, hay tareas pendientes que pueden obstaculizar esta carrera. Desde Aelēc avisan de la falta de un marco normativo robusto y estable, con señales apropiadas para que las empresas inviertan: "La regulación del sector cuenta con mecanismos adecuados para ello y se trata ahora de acompasarlos para las empresas inviertan y apuesten decididamente por esta transición".

López, de la OBS Business School, advierte del poco aprovechamiento de los fondos europeos en el pasado. "En los últimos seis años la tasa no llegaba ni al 40%. Debemos ser conscientes de cómo funcionan para no correr riesgos. Por lo general, las organizaciones desconocen el compromiso que se adquiere de coinversión y justificación del coste asociado al proyecto, con sus correspondientes auditorías a lo largo de todo el proceso que son determinantes para garantizar que las cantidades asignadas se conceden y no se devuelven a Europa". De ahí que sugiera unificar esfuerzos y crear canales de apoyo que faciliten a las empresas tanto la información como las gestiones y las justificaciones asociadas. "La planificación, la transparencia y la gestión del cambio van a ser claves", agrega.

Elorduy, profesor del IEB, opina que la dificultad radica en crear un sistema de asignación de los fondos que sea rápido y flexible, a la vez que transparente y justo. "Otro punto de mejora es que necesitamos empresas de mayor tamaño y, en este sentido, ya estamos asistiendo a diferentes salidas a Bolsa y compraventa de compañías que hacen avanzar al sector en esa dirección", indica.

Además de la competencia entre empresas que generará la captación de estos recursos, Fernández Landa, de PwC, cita otros retos empresariales para que dichos proyectos puedan materializarse: que tengan un claro sentido empresarial y económico en el medio y largo plazo y que fomenten la cooperación o colaboración empresarial y público-privada. Por ejemplo, considera que para las convocatorias asociadas a grandes inversiones y articuladas a través de los Perte (Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica), los de mayor dificultad de acceso, será preciso crear consorcios que aglutinen a diferentes empresas del sector, contar con un plan de negocio sólido, permisos ambientales y estudios de ingeniería. En cambio, en las convocatorias regionales, de uno a dos millones en ayudas y para instalaciones de autoconsumo o puntos de recarga, el proceso será más sencillo, dice. Pero desde el Gobierno estima relevante

La industria pide un marco normativo claro, estable y robusto y agilizar los trámites

la definición de un marco regulatorio claro y un calendario previsible de las convocatorias.

Elorduy corrobora. "En un mundo globalizado, el inversor lo primero que analiza de un país es su seriedad. Le gustan los países aburridos, sin sobresaltos. Adicionalmente, la agilización de los trámites administrativos sería deseable, tema en el que ya se trabaja". El experto concluye que todos los actores tienen su cuota de responsabilidad para que la descarbonización sea una realidad. "Las empresas, desarrollar proyectos sostenibles y rentables. La Administración, facilitar las inversiones y apoyar las tecnologías de futuro. Y los bancos, financiar los proyectos viables. La oportunidad es clara. Todos estamos comprometidos con un desarrollo económico que sea sostenible, verde y del que disfruten las generaciones venideras".

PUBLICIDAD

HIPOTECAS

EN TU ILUSIÓN.
EN TU NUEVA ETAPA.
EN TU HOGAR.

CONTIGO DONDE ESTÉS.

UNICAJABANCO.ES

Unicaja Banco

La concesión de nuestras hipotecas está sujeta a criterio de la Entidad.

Unicaja Banco, S.A. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. Inscrito R.M. de Málaga, Tomo 4.952, Libro 3.859, Sección 8, Hoja MA-111580, Folio 1, Inscripción 1. C.I.F. A93139053.

Una encrucijada, una gran oportunidad

Teresa RIBERA

Vicepresidenta cuarta y ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico

Trece días después de que el primer número de **CincoDías** saliera a los quioscos, marzo de 1978, encallaba en la Bretaña francesa el petrolero Amoco Cádiz. No fue la primera marea negra y luego vendrían otras peores, pero sí marcó un antes y un después. Sus bodegas liberaron al medio marino más de 220.000 toneladas de ese petróleo que, junto a otros combustibles fósiles, nos ha traído al punto en que se halla el planeta: ahogado en CO_2, inmerso en una crisis climática global, en una crisis de recursos y de biodiversidad, en una crisis de desigualdad social. Y en mitad de una pandemia en absoluto ajena a un modelo de crecimiento del todo insostenible.

España se encuentra en la misma encrucijada que los demás países industrializados, ante la necesidad de redefinir los pilares de su economía e incorporar de manera urgente a su modelo social y productivo la variable climática, ambiental y verde. Nuestro país emprende con retraso esta senda transformadora, pero no parte de cero. En los tres últimos años el Gobierno ha ido construyendo el andamiaje normativo y estratégico para actuar ya y, a la vez, planificar a medio y largo plazo con más ambición incluso que la exigida por la UE.

Ahí están el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) y el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático –ambos hasta el horizonte de 2030–, la Estrategia de Descarbonización a Largo Plazo, la Ley de Cambio Climático, la Hoja de Ruta del Hidrógeno Verde, la Estrategia de Pobreza Energética, la Estrategia de Economía Circular y su primer plan de acción o el proyecto de Ley de Residuos en trámite parlamentario, por citar solo las piezas más significativas de ese marco.

Apoyado en todo este entramado ha empezado a desplegarse ya el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), la herramienta diseñada para canalizar en inversiones y reformas los 70.000 millones de euros de los fondos Next Generation de la UE e inocular en todo nuestro sistema productivo el más avanzado ADN ambiental y de sostenibilidad.

Solo en los Presupuestos Generales de este año, este ministerio hará un esfuerzo de ejecución de 6.805 millones de euros, del total de 15.339 millones que tiene asignados dentro del PRTR. Los ámbitos de prioridad están claros: la transición energética hacia un horizonte cien por cien renovable, agenda urbana y de movilidad sostenible, economía circular y política de residuos, regeneración de ecosistemas y biodiversidad, y reto demográfico y equidad social.

Pero, más allá de gastar bien un presupuesto reforzado por los fondos europeos, nos encontramos en realidad ante una oportunidad única para transformar nuestro modelo de desarrollo, para desplegar I+D+i y generar crecimiento y empleo, para mejorar la cohesión social y territorial del país. Con el PRTR como instrumento podemos acometer una nueva revolución industrial que ha de ser necesariamente verde. Con ese convencimiento hemos querido ponernos metas difíciles pero factibles. La ambición contenida en las 212 medidas del plan la han valorado positivamente prestigiosos *think tanks* internacionales, e importantes medios de comunicación anglosajones han destacado su riguroso enfoque ambiental.

El gran reto que enfrentamos es el de desacoplar la actividad económica del incremento de las emisiones contaminantes y de gases de efecto invernadero. Y producir y consumir de otra manera, sin despilfarrar recursos, pasando de unos sistemas lineales, de usar y tirar, a unos procesos productivos, cadenas de suministro y de transporte que incorporen desde el inicio el concepto de circularidad. La economía circular tendrá también un papel muy importante en la transformación de los sectores industriales.

Este Gobierno asume su responsabilidad como estratega e impulsor del cambio, como creador de oportunidades. Es su obligación marcar el rumbo, enviar señales claras a las grandes empresas y la industria, a las pymes y los inversores. Crear un marco regulatorio, fiscal y de incentivos estable e indiscutiblemente verde. Salvaguardar el capital ambiental y, sobre todo, preservar el activo más valioso e insustituible de todos, el humano, con políticas redistributivas y de justicia social.

La prosperidad que depararán los nuevos nichos de negocios y empleos alineados con la sostenibilidad ha de ser compartida de manera equitativa social y territorialmente. Pero este es un reto de país y son igualmente imprescindibles el concurso de las Administraciones autonómicas y locales, y un decidido liderazgo del tejido empresarial, agentes sociales y ciudadanía en su conjunto.

Hemos llegado al punto en el que todas las sociedades desarrolladas debemos pulsar el botón de reinicio, resetear viejos esquemas y aceptar que el desafío del cambio climático, más la crisis sobrevenida del Covid, nos interpela a todos para actuar ya.

Debemos aceptar que el desafío del cambio climático nos interpela a todos para actuar ya

#
HECHOS
DELOQUE
SOMOS
CorreosMarket.es
El mercado online de los productos locales.

A por una racha de viento marino

EL DESARROLLO de la eólica 'offshore' flotante es una de las apuestas de crecimiento de las empresas

Denisse
CEPEDA MINAYA

Su aporte al PIB y al empleo

- **La eólica** aporta unos 4.000 millones de euros a la economía española, el 0,35% del PIB, con unas exportaciones valoradas en 2.000 millones y casi 600 millones pagados en impuestos y tributos. Y ha invertido en I+D unos 108 millones, más del 4% de su contribución al PIB. Entre 2004 y 2019 ha presentado 1.200 patentes, según los datos de la AEE.
- **El sector** emplea a 30.000 personas de forma directa, con un incremento anual del 25%. Cuenta con 240 centros industriales, donde se fabrican los componentes que demanda el mercado interior y exterior.
- **Gracias a** la eólica se evitan al año 29 millones de toneladas de CO_2.

Si bien la energía eólica tiene un papel protagonista en el sistema eléctrico –cubre el 22% del mix y España es el quinto país del mundo con mayor potencia instalada–, ahora busca convertirse en un sector estratégico para fortalecer la industria, su cadena de suministro e impulsar el tejido empresarial futuro, que incluye hibridación, almacenamiento e hidrógeno.

Es la apuesta de la Asociación Empresarial Eólica (AEE) para los próximos años de transformación energética, donde la eólica es clave, también para la recuperación. En 2020, pese a la pandemia, se instalaron 1.720 megavatios, una cifra por debajo de los 2,2 gigavatios anuales que hay que añadir hasta 2030 para cumplir con los objetivos del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC), admiten en la AEE.

"La transición ecológica, en general, y las energías renovables, en particular, van a jugar un papel clave en la estrategia de recuperación y transformación económica de nuestro país", opina Felipe Requejo, socio líder global de consultoría de *power, utilities y renewables* y del sector de energía y recursos en España de Deloitte. Y agrega que, para alcanzar las metas del PNIEC, habrá que combinar tanto las tecnologías maduras, la terrestre, como aquellas más novedosas y con menos implantación, la marina, en concreto, la flotante. "La eólica marina puede ser una tecnología tractora para el desarrollo industrial y completar nuestro liderazgo actual, impulsando el desarrollo de otros sectores que participan en la cadena de valor (siderúrgico, naval, componentes electrónicos)", insiste.

Vista de un par de aerogeneradores. AEE

El sector quiere afianzar la industria para convertirse en estratégico

Sin embargo, hay algunos retos: contar con políticas industriales y energéticas estables, que las nuevas subastas tengan en cuenta las características que cada tecnología aporta a la economía, acabar el paquete normativo de acceso y conexión, simplificar y agilizar los trámites administrativos y fijar un tratamiento específico en la regulación para la repotenciación de los parques, citan desde la AEE.

Oliverio Álvarez, socio responsable del área de regulación en energía de Deloitte, añade la necesidad de un marco legal claro y estable que facilite la financiación de las inversiones. En eólica marina, Requejo cree que su desarrollo requiere subvenciones y la AEE urge a actualizar la norma (de 2007) y ordenar el espacio marítimo.

El auge de actividad favorecerá a empresas de servicios (medición, mantenimiento, digitalización...), según Alberto Ceña Almazán, profesor de energías renovables de EOI. "Hay oportunidades para soluciones que incrementen la vida útil de los activos o posibiliten el alza de producción en aerogeneradores (realidad virtual)".

Siempre a tu lado
Para crecer... Juntos.
Esta es nuestra fórmula de siempre para trabajar por el futuro de nuestra gente y de nuestra tierra.

www.cajamar.es

cajamar
CAJA RURAL

Mejor menos trámites que más euros en solar

EL AUTOCONSUMO, que vive un momento dulce, espera llegar a una instalación total de 3.500 MW

Mamen
LUCIO MADERUELO

No tiene ningún sentido que se le pongan tantas trabas al autoabastecimiento energético. Política y mediáticamente siempre se ha apostado por este modelo sostenible, pero sin trasladarlo a la práctica. Algún día conseguiremos que lo fácil sea realmente fácil". Este vaticinio que Fernando Ferrando, presidente de Fundación Renovables, viene haciendo y deseando desde hace tiempo parece que, por fin, podría cumplirse.

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Miteco) dedicará un presupuesto inicial de 450 millones de euros para impulsar el autoconsumo. Un monto que el sector ha reconocido como una oportunidad porque, además, la idea es duplicar tal partida hasta llegar a los 900 millones.

"Lo importante ahora es que las cosas se hagan bien. El sol es nuestro petróleo, y tener los ingredientes regulatorios a punto por parte del Gobierno exige estar a la altura y no descuidar detalles", subraya Lucía Dólera, directora de proyectos en APPA Renovables.

El presupuesto inicial es de 450 millones de euros, ampliables a 900 millones

"Entre otros aspectos se debería esmerar la profesionalidad en todo, hacer una buena zonificación de los proyectos con las herramientas de cartografía adecuadas y no mirar demasiado el euro arriba o abajo, sobre todo en lo relativo a mantenimiento; instalar placas fotovoltaicas no es comprarse una lavadora", añade Dólera. Casualidad, aunque con otro sentido, que Ferrando también recurra al ejemplo del mismo electrodoméstico al considerar que optar por una instalación solar debe llegar a ser tan sencillo como comprarse una. "Algo que no depende de conseguir más dinero, sino de aligerar con urgencia tanto exceso de burocracia que se eterniza", incide una y otra vez el experto.

Desde la Unión Española Fotovoltaica (Unef) se suman a tal demanda: "Tanto el procedimiento como los plazos deberían ser más racionales. Solo en el sector doméstico se financiarán más de 100.000 propuestas". Así lo estima José Donoso, su director, quien distingue entre las necesidades de la energía fotovoltaica "en suelo", es decir, los denominados huertos solares –"en lo que somos muy competitivos y la iniciativa privada ya cubre la inversión requerida, aunque podría destinarse algún fondo a apuestas innovadoras"–, y las de autoconsumo, "con un presupuesto que nos hace sentir muy contentos por su capilaridad. Estimamos un reparto de 1.400 megavatios nuevos en la industria, 1.600 en el sector servicios y Administraciones públicas y 500 para el residencial, entre agentes públicos y privados", indica Donoso.

Planta doméstica de 6 kW en Canarias. UNEF

Los imprescindibles de Unef para que el sol brille más

- **Planes de** estudios adaptados a la nueva realidad fotovoltaica para capacitar a los profesionales, que ahora deberán ser más, como también debería crecer el personal para tramitaciones.
- **Aplicación de** un IVA reducido para el consumo doméstico que apueste por la opción solar. El objetivo es que el usuario se anime y tenga control y ventajas al gestionar su propia instalación.
- **También para** ahorrar, una tarifa eléctrica que modifique su parte variable y sea más adaptable para el consumidor, reseña José Donoso, director de la Unión Española Fotovoltaica (Unef).

¿Qué han hecho sus ahorros mientras usted ahorraba?

Exacto, sus ahorros no han hecho absolutamente nada. Por eso, es hora de que sus ahorros se independicen.

Va siendo hora de invertir sin ataduras. Va siendo hora de poder invertir en los mismos fondos en los que Mutua invierte gran parte de su capital, con el mismo equipo de expertos. Va siendo hora de invertir con la primera gestora independiente.

Sí, ya es hora de invertir con Mutuactivos.

Independice ahora sus ahorros, llame al 900 555 555.

Mutuactivos, la primera gestora independiente.

900 555 555
www.mutuactivos.com
Visite nuestras oficinas.

MUTUACTIVOS
GRUPO MUTUAMADRILEÑA

MUTUACTIVOS, S.A.U MUTUACTIVOS, S.A.U, S.G.I.I.C. domicilio en Paseo de la Castellana, 33, registro CNMV 21.
Primera gestora independiente de cualquier grupo bancario.

Lluvia de ayudas para el vector más en boga

DESCARBONIZAR la economía de la UE en 2050 es el reto. Y parece imposible sin hidrógeno verde

Mamen
LUCIO MADERUELO

Echando números, las cuentas cuadran. "Que se haya hecho con más o menos conciencia no lo sabemos, pero los cálculos salen y las cifras parecen razonables", opina Javier Brey, presidente de la Asociación Española del Hidrógeno (AeH_2). De los 800.000 millones de euros con que se ha dotado a los fondos de recuperación, unos 30.000 millones se han destinado a esta tecnología, siempre en su opción verde, la única libre de emisiones puesto que su proceso se limita al uso de agua y electricidad. Trasladado a España, ya en la Hoja de Ruta del Hidrógeno, presentada en noviembre de 2020, se anunció la movilización de 8.900 millones de euros hasta 2030, "mitad del Gobierno y mitad proveniente de las empresas; de ahí los 1.550 millones correspondientes a estos primeros tres años. Ya no hablamos de un papel, sino de estrategia concreta y proyectos, que deberían ser tan diversos como transversales". Y a la llamada gubernamental, un "sí, quiero" unánime de todas las empresas del Ibex 35: exactamente, 502 proyectos presentados, "muy en sintonía con las propuestas europeas, que son 1.052", puntualiza el presidente de AeH_2.

Esa partida presupuestaria que se invertirá hasta 2023 tiene como objetivo último que en España se alcance una capacidad de hidrógeno de 4 GW al final de esta década. "Una cantidad bien definida que movilizará la inversión privada, como se está viendo, y que sobrepasará de largo esas metas para 2030. Siempre que se cree el ecosistema empresarial adecuado que cubra toda la cadena de valor", opina Laureano Álvarez, socio de Monitor Deloitte. Felipe Requejo, socio líder global de consultoría de *power, utilities,* renovables, energía y recursos en España de Deloitte, destaca que "el soporte previsto por el Ministerio de Transición Ecológica quizá deba ampliarse tanto en plazos como en financiación". Ambos creen que los proyectos importantes de interés común europeo (IPCEI), auspiciados por la European Clean Hydrogen Alliance, podrían ser una buena opción a la hora de buscar más fondos.

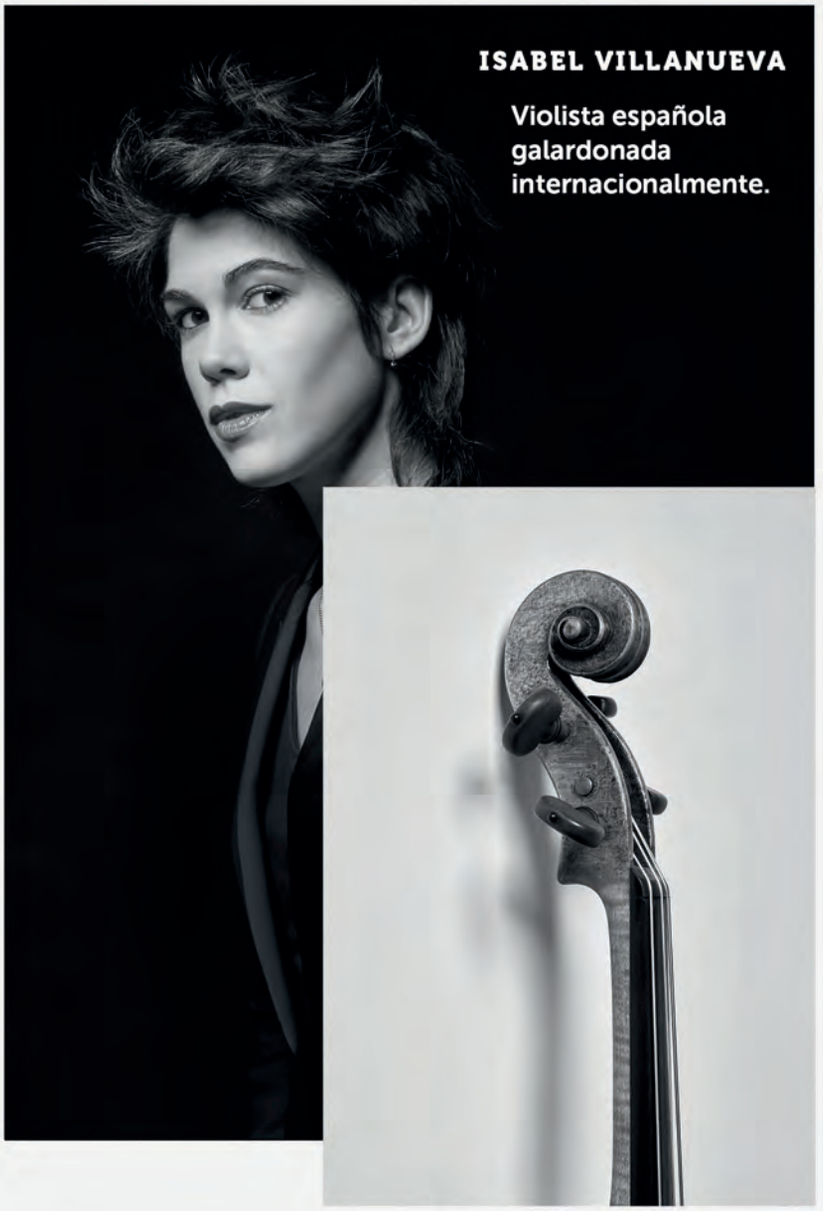
En 2030 España tendrá 4 GW en capacidad de esta tecnología

En Goldman Sachs también han estudiado a fondo el tema y en un último informe publicado el mes pasado sus analistas de renta variable eran contundentes: "Las inversiones previstas, tanto el componente ecológico del fondo de recuperación (37% de la dotación total) como el plan inversor del *Green Deal* –de un billón de euros–, no serán suficientes para descarbonizar la economía, que requerirá 10 billones de euros durante los próximos 30 años".

Desde la Asociación de Empresas de Energías Renovables, APPA, José María González Moya, su director general, subraya que "lo importante es crear un tejido industrial en condiciones, que trascienda lo puntual y genere riqueza y conocimiento a largo plazo, así como ajustar costes para ser competitivos". "Queda camino; yo pondría el horizonte más bien en 2035, aunque con las renovables nunca se sabe y cabe la sorpresa. No sé si lideraremos este mercado, pero sí podemos estar al frente y en buena posición", concluye.

Las tres prioridades

- **Una demanda** más amplia, aconsejan en APPA. "No solo consumidores industriales y transporte", insisten en Deloitte.
- **Cambiar al verde.** Del hidrógeno de color gris, habitual hasta ahora, al que solo usará renovables y que "puede impulsarlas en paralelo", subraya José María González Moya.
- **Financiar también** proyectos de pymes y autónomos, "ya que será inevitable la solución de compromiso", prevé Javier Brey, de AeH_2.



"La música
no es mi trabajo.
Es mi vida."

NO CREEMOS EN LAS CASUALIDADES

Personas como Isabel son el espejo donde nos miramos. Por eso somos una banca privada que cree en los mejores **profesionales** y el **rigor**. Y gracias a una **atención exclusiva y personalizada**, hacemos que la gestión de su patrimonio e inversiones resulte siempre como espera.
Descubra cómo nos inspira Isabel en **nocreemosenlascasualidades.abanca.com**

//ABANCA
Privada

Economía verde para promover el empleo

IBERDROLA

CON EL FOCO en la transición energética para impulsar una sociedad más competitiva y sostenible

Marce
REDONDO ROMERO

Una economía más verde no solo permite disponer de energía limpia y competitiva o aliviar la balanza de pagos al disminuir la importación de hidrocarburos, también es fuente de generación de riqueza y una oportunidad para cambiar nuestro modelo económico hacia uno más competitivo, próspero y con más y mejor empleo.

Desde hace dos décadas, Iberdrola tiene el foco en la transición energética. Su plan inversor de aquí a 2025 destinará 75.000 millones de euros a energías renovables y redes inteligentes para contribuir a la reactivación económica y a sostener 500.000 empleos en su cadena de suministro, 85.000 en España.

Este plan, asociado a la incorporación de 20.000 profesionales en los próximos cinco años, ha hecho posible mantener en 2021 más de 30.000 empleos entre sus proveedores y 100.000 en su cadena de valor global. En los últimos doce meses se han incorporados a su plantilla 6.000 profesionales.

Con una red de 22.000 proveedores en todo el mundo, Iberdrola ha realizado compras por valor de 18.000 millones de euros durante la pandemia, contribuyendo a mantener 400.000 puestos de trabajo en los mercados en los que opera.

Asimismo, las inversiones previstas a lo largo de esta década, 150.000 millones de euros, le permitirán cumplir con sus objetivos de sostenibilidad, entre otros, reducir las emisiones de CO_2 por debajo de 70 g/kWh en 2025 (en la actualidad, entre dos y tres veces inferiores a la media del sector) o contribuir a mantener la biodiversidad plantando 20 millones de árboles en los próximos diez años.

150.000
millones invertirá Iberdrola en esta década para cumplir con sus objetivos de sostenibilidad.

18.000
millones de euros es el valor de las compras realizadas por la compañía durante la pandemia.

6.000
profesionales se han incorporado a la plantilla de la energética en los últimos doce meses.

Empleados de i-DE trabajando en redes, clave para la transición verde.

La puesta en marcha de nuevas energías renovables es clave para conseguir una economía verde. Por ello, la energética hace de la convivencia entre plantas renovables y ecosistemas una máxima, con más de 750 acciones de protección de la biodiversidad al año en el mundo, combinando la instalación de proyectos renovables con la conservación de la diversidad de los ecosistemas. Su objetivo es alcanzar la pérdida cero neta de biodiversidad en 2030.

> La convivencia entre plantas renovables y ecosistemas es una máxima

La transformación del modelo económico requiere también de un impulso a la formación de los jóvenes en profesiones de futuro, con el fin de enfocar su desarrollo a actividades que generen productos y servicios de mayor valor añadido. En este sentido, Iberdrola colidera el programa de formación paneuropeo Reskilling 4 Employment (R4E) de la European Round Table (ERT).

gam

SOLUCIONES “A MEDIDA”

Servicio Integral para la industria

Te facilitamos la vida

Alquiler de maquinaria // Energía // Industria
Estructuras // Eventos // Distribución Maquinaria
Venta Ocasión y Subastas // Robótica y Drones
Formación // Mantenimiento // Última milla

gamrentals.com - 900 230 022

Es la hora de apostar por la industria

EFICIENCIA energética, economía circular, hidrógeno renovable y uso y captura de CO_2, las claves

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

El impacto del Covid ha puesto de manifiesto una realidad. Los países que cuentan con una industria fuerte han resistido mejor. Así, Alemania, donde supone el 29,01% del PIB, se contrajo solo un 5% en 2020 frente al 11% de España, Son, en definitiva, unas economías que, como dice Mariano Ventosa, co-director de la Cátedra de Industria Conectada de Comillas ICAI, "generan empleo de calidad y son más resilientes a las crisis económicas".

España afronta con esa lección aprendida el proceso de transición energética y de descarbonización de su economía con una idea clara: el país está ante una gran oportunidad para abordar este camino fortaleciendo la industria nacional, combinada "con una visión más amplia en el marco de la colaboración europea", explica Ventosa, gracias a los fondos Next Generation.

Desde Deloitte, Felipe Requejo, socio responsable de energía y recursos de la consultora, considera que "la transición energética supone una gran oportunidad para acelerar el desarrollo de la industria española en la mejora de su competitividad y también de las capacidades industriales necesarias en las diferentes partes de la cadena de valor asociadas a las nuevas tecnologías y vectores energéticos".

El instrumento para impulsar este desarrollo va a ser la tecnología. Gracias a ella, "llegaremos al mercado con productos más sostenibles, incorporando energía renovable. Además, las nuevas tecnologías impulsan que se desarrollen nuevos perfiles profesionales y, por tanto, la generación de nuevos puestos de trabajo de calidad", sostiene Adriana Orejas, directora de tecnologías de transformación industrial de Repsol.

El objetivo es transformar sus centros industriales en instalaciones cero emisiones netas. El plan de la multinacional se apoyará sobre cuatro ejes: eficiencia energética, economía circular, hidrógeno renovable y captura y uso de CO_2. Junto a ellos, jugará un papel esencial la digitalización. "Sin ella es imposible la velocidad que queremos alcanzar. La gestión del dato nos ayuda a mejorar cada vez, a reducir el precio y ser más competitivos", añade Orejas.

Con los dos primeros aspectos se reducirán las emisiones y se sustituirán unas materias primas de origen fósil por otras procedentes de residuos. Con ellos se generarán biocombustibles avanzados, como el biojet, que se producirá en una nueva planta en Cartagena, y el biogás, que se producirá en el puerto de Bilbao.

Los otros dos "van a ser grandes aliados", en palabras de la responsable de Repsol. El hidrógeno renovable va a convertirse en un vector energético muy importante, primero para la industria y, posteriormente, para la movilidad. Tendrá una huella de carbono nula, ya que se podrá producir con energía renovable procedente del sol y del viento. Y la captura, almacenamiento y uso del CO_2 será también esencial, entre otras cosas, para la reducción directa de emisiones así como en la eliminación de las mismas de la atmósfera.

El desafío es mayúsculo. No se trata de una sola tecnología, sino de varias y de gran magnitud. Por esa razón, Orejas apuesta por "ir todos juntos y empujar para que estas tecnologías sean una realidad lo antes posible", concluye.

La tecnología y la digitalización van a jugar un papel esencial en toda la transición energética

Refinería de Repsol en la localidad de Cartagena (Murcia).

En cifras

El profesor Ventosa sitúa el peso de la industria en la economía española en torno al 16%, "lejos del objetivo europeo del 20%". Las perspectivas no son de mejora, ya que hay "una lenta desindustrialización superior a un punto cada diez años".

La Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos, AOP, calcula que el sector industrial genera el 2,2% del PIB y unos 200.000 puestos de trabajo entre directos e indirectos.

HIPOTECA FIJA

kutxabank

	CON BONIFICACIONES	SIN BONIFICACIONES
	DESDE	
TIN	1,35%*	2,35%*
TAE	1,68%*	2,50%*

ACCEDE AL PERFIL DE WHATSAPP "HIPOTECAS KUTXABANK" ESCANEANDO EL QR O ENVIANDO UN WHATSAPP AL 688 86 23 98

(*) TIPO FIJO CON BONIFICACIONES: DESDE 1,35%. TAE CON BONIFICACIONES: 1,68%. TIPO FIJO SIN BONIFICACIONES: 2,35%. TAE SIN BONIFICACIONES: 2,50%.

EJEMPLO REPRESENTATIVO: SUPUESTO CALCULADO PARA UN CLIENTE DE 37 AÑOS, IMPORTE DE PRÉSTAMO 150.000 EUROS A 25 AÑOS (300 CUOTAS) PARA COMPRA DE VIVIENDA HABITUAL. SISTEMA DE AMORTIZACIÓN FRANCÉS.

PARA ACCEDER A LA OFERTA CON BONIFICACIONES ES NECESARIO: LA DOMICILIACIÓN DE NÓMINA DE LOS TITULARES POR UN IMPORTE IGUAL O SUPERIOR A LOS 3.000€ MENSUALES, UNA APORTACIÓN A BASKEPENSIONES EPSV O PLANES DE PENSIONES KUTXABANK IGUAL O SUPERIOR A 2.000€ ANUALES, CONTRATACIÓN Y MANTENIMIENTO ANUAL DE SEGURO DE HOGAR CON LA COBERTURA DE UN CAPITAL DE CONTINENTE DE 62.267,25€ Y UN CONTENIDO DE 24.906,90€ Y UNA PRIMA ANUAL DE 248,09€ (INCLUIDO EN EL CÁLCULO DE LA TAE). EL SEGURO DE HOGAR TIENE QUE SER CONTRATADO CON KUTXABANK ASEGURADORA SAU, BAJO LA MEDIACIÓN DE KUTXABANK S.A., OPERADOR DE BANCA-SEGUROS. REVISIÓN ANUAL DEL CUMPLIMIENTO DE ESTAS CONDICIONES.

EN ESTE SUPUESTO, LA CUOTA MENSUAL RESULTANTE ES: 589,39€ (PRIMERAS 299 CUOTAS); IMPORTE ÚLTIMA CUOTA: 589,49€. IMPORTE TOTAL ADEUDADO POR EL CLIENTE A LA FINALIZACIÓN DEL PRÉSTAMO: 183.341,21€. INTERESES: 26.817,10€. COSTE TOTAL DEL PRÉSTAMO: 33.341,21€.

EN EL CASO DE NO CUMPLIR CON LAS CONDICIONES REQUERIDAS, EL TIPO DE INTERÉS FIJO SE ELEVARÁ EN 1% (TIN: 2,35%), TAE SIN BONIFICACIONES: 2,50% (PARA EL CÁLCULO DE LA TAE SE HA CONSIDERADO UN SEGURO DE DAÑOS CON PRIMA ANUAL DE 88,66€).

LA CUOTA MENSUAL RESULTANTE ES: 661,65€ (PRIMERAS 299 CUOTAS); IMPORTE ÚLTIMA CUOTA: 661,77€. IMPORTE TOTAL ADEUDADO POR EL CLIENTE A LA FINALIZACIÓN DEL PRÉSTAMO: 201.033,48 €. INTERESES: 48.495,12€. COSTE TOTAL DEL PRÉSTAMO: 51.033,48€.

EN AMBOS CASOS, LOS GASTOS DE TASACIÓN A CARGO DEL CLIENTE, INCLUIDOS PARA EL CÁLCULO DE LA TAE,SON DE 321,86€.

EN TODOS LOS CASOS, PARA ACCEDER A LA HIPOTECA, ES NECESARIO TENER UNA CUENTA EN KUTXABANK.

EL IMPORTE MÁXIMO DEL PRÉSTAMO SERÁ DEL 80% DEL VALOR DE TASACIÓN O DEL VALOR DE COMPRAVENTA SI ES INFERIOR.

EL CLIENTE TENDRÁ LA OPCIÓN DE CONTRATAR LOS SERVICIOS ACCESORIOS A ESTE PRÉSTAMO SEPARADAMENTE (BASKEPENSIONES EPSV O PLAN DE PENSIONES Y SEGURO DE HOGAR).

CUOTA CONSTANTE DEL PRÉSTAMO = $C_0 \times \frac{i \times (1+i)^n}{((1+i)^n - 1)}$

SIENDO:

C_0 = IMPORTE DEL PRINCIPAL.

n = NÚMERO DE CUOTAS.

i = TIPO DE INTERÉS CALCULADO PARA EL PERIODO CORRESPONDIENTE A LA LIQUIDACIÓN DE INTERESES (TIN/12).

IMPORTE INTERÉS MENSUAL = Ck × i

SIENDO:

Ck = CAPITAL VIVO.

i = TIPO DE INTERÉS CALCULADO PARA EL PERIODO CORRESPONDIENTE A LA LIQUIDACIÓN DE INTERESES. POR EJEMPLO (TIN/12).

CAPITAL MENSUAL AMORTIZADO = CUOTA CONSTANTE – IMPORTE INTERÉS MENSUAL

KUTXABANK ES OPERADOR DE BANCA-SEGUROS EXCLUSIVO DE KUTXABANK VIDA Y PENSIONES SAU, ESTÁ AUTORIZADO POR ÉSTA PARA OPERAR CON KUTXABANK ASEGURADORA SAU E INSCRITO EN EL REGISTRO ADMINISTRATIVO ESPECIAL DE MEDIADORES CON EL NÚMERO C0654A95653077.

ENTIDAD GESTORA DE LOS FONDOS DE PENSIONES: KUTXABANK PENSIONES S.A.U.

DE ACUERDO CON LA NORMATIVA VIGENTE, EXISTE PARA CADA UNO DE LOS PLANES DE PENSIONES EL DOCUMENTO DE DATOS FUNDAMENTALES PARA EL PARTÍCIPE QUE SE ENCUENTRA PUBLICADO Y ACTUALIZADO EN LA PÁGINA WEB WWW.KUTXABANK.ES.

KUTXABANK ES SOCIO PROTECTOR Y KUTXABANK GESTIÓN SGIIC SAU GESTOR DE PATRIMONIO DE LA ENTIDAD DE PREVISIÓN SOCIAL VOLUNTARIA, BASKEPENSIONES INDIVIDUAL.

LA CONCESIÓN DE LA OPERACIÓN QUEDA SUJETA A LA APROBACIÓN POR PARTE DE KUTXABANK S.A. EN CASO DE IMPAGO, EL PRESTATARIO Y LOS AVALISTAS, SI LOS HUBIERA, PUEDEN PERDER LA VIVIENDA Y/O LA FINCA HIPOTECADA O CUALQUIER OTRA GARANTÍA, RESPONDIENDO CON SUS BIENES PRESENTES Y FUTUROS.

PLAZO MÁXIMO: 25 AÑOS. **LA TAE DE LA OPERACIÓN PUEDE VARIAR EN FUNCIÓN DEL PLAZO DE LA HIPOTECA.**

Kutxabank, S.A. Gran Vía, 30-32, 48009 Bilbao, C.I.F. A95653077. Inscrita en el Registro Mercantil de Bizkaia. Tomo 5226, Libro 0, Hoja BI-58729, Folio 1, Inscripción 1ª.

Proyectos de valor por 14.000 millones

INICIATIVAS en renovables, digitalización, eficiencia, transición justa y movilidad sostenible

Están decididos a aprovechar las oportunidades de inversión que ofrecen los fondos Next Generation. A través de seis grandes líneas de actuación, Naturgy ha propuesto casi un centenar de proyectos que supondrían una inversión de unos de 14.000 millones de euros y que podrían ser un revulsivo en la recuperación económica.

En concreto, la compañía que preside Francisco Reynés apuesta por seis ejes de actuación (generación eléctrica renovable, gases renovables, digitalización, eficiencia energética, transición justa y movilidad sostenible) con inversiones y proyectos muy variados. Pero todos contribuirán a favorecer la transición energética y la economía local, ya que muchos de ellos están vinculados a la transición justa y a favorecer la denominada "España vaciada", donde la economía circular con el biometano y el hidrógeno cobran especial protagonismo, así como el impulso a las energías renovables y de tecnologías de almacenamiento.

Entre ellos destaca la colaboración con Enagás para impulsar en La Robla (León) la mayor planta de hidrógeno de España, con el objetivo de producir hasta 9.000 toneladas al año de hidrógeno renovable para cubrir consumo local, inyección a red gasista y posibilitar exportación hacia el noroeste de Europa. Además, en Meirama (A Coruña) se producirán otras 7.500 toneladas, lo que sitúa a Naturgy como precursores en este tipo de proyectos.

A esto se añade la instalación de varias plantas de producción de biometano a partir del biogás y su posterior inyección a la red de distribución de gas natural más cercana. La compañía también ha presentado proyectos relacionados con la descarbonización de la movilidad (desarrollo de infraestructuras para la disponibilidad de puntos de carga de vehículos de hidrógeno, eléctricos y de gas) o para digitalizar las líneas eléctricas e instalar un pionero sistema que permite la detección de incendios.

Otro de los proyectos presentados es la construcción de 38 hidrogeneras (la mayoría de ellas en funcionamiento entre 2023 y 2024) por toda España para potenciar la movilidad sostenible, y que en una segunda fase se llegará a 110. La compañía calcula que el uso de esta tecnología propiciará una reducción de emisiones de más de 30.000 toneladas de CO_2 al año.

En este campo, Naturgy ha presentado un plan para construir una red de más de 1.100 puntos de recarga para comercializar energía renovable en entornos urbanos (poblaciones con zonas de baja emisión) e interurbanos (cada 200 km en las principales vías de comunicación).

Seis ejes de actuación

6.300 mill.
para planes de generación eléctrica renovable: baterías, eólica, mareomotriz...

3.900 mill.
para proyectos con gases renovables: *hub* de generación de hidrógeno, biometano...

1.500 mill.
para digitalización: transformación de operaciones, arquitectura de redes...

1.400 mill.
para mejorar la eficiencia energética: rehabilitación de edificios, autoconsumo...

700 mill.
para propiciar una transición justa: recuperación de áreas, biometano...

200 mill.
para inversión en movilidad sostenible: hidrogeneras, cargadores de baterías...

Molino eólico.
NATURGY

Naturgy es precursora en generación de hidrógeno

Mastercard

Innovation Digital Forum Spain

Presenta las **tendencias, corrientes y novedades** imprescindibles que impactan a la economía, a la sociedad y a las personas

Paloma Real,
directora general de Mastercard España

Brett King,
futurista y CEO de Moven

Elmear Creaven,
presidenta de la División de Europa Occidental de Mastercard

Raj Dhamodharan,
vicepresidente ejecutivo de Blockchain y Activos Digitales de Mastercard

Jesús María Sanz-Serna,
presidente de la Real Academia de Ciencias

Susana Rubio,
directora de Pagos Digitales e Innovación de Mastercard España

Alberto López,
director de Ciberseguridad y Soluciones Digitales de Mastercard España

Keren Elazari,
hacker y experta en ciberseguridad

Nicola Villa,
vicepresidente ejecutivo de Crecimiento Estratégico de Mastercard

Miguel Sanz,
director general de Turespaña

Alejandro Banegas,
director de Desarrollo de Negocio de Mastercard España

Puedes verlo aquí
https://bit.ly/3vDdq7R

Mastercard
Innovation Digital Forum Spain 2021

TIME TO ACCELERATE

Soluciones energéticas eficientes y sostenibles

Redexis

11.700 KILÓMETROS de redes propias de infraestructuras de transporte y distribución

Marce
REDONDO ROMERO

Dedicada al desarrollo y operación de redes de transporte y distribución de gas natural, así como a la distribución y comercialización de gas licuado del petróleo y a la promoción de aplicaciones renovables como el hidrógeno, el biometano o la energía solar fotovoltaica, Redexis ofrece soluciones energéticas sostenibles y eficientes para la España del siglo XXI, con sus más de 11.700 kilómetros de redes propias de infraestructuras de transporte y distribución. Con presencia en 38 provincias de 11 comunidades autónomas, es la principal distribuidora en Aragón, Baleares y Murcia.

En 2020, la compañía siguió ofreciendo suministro energético en todo momento y cerró el ejercicio con cifras positivas, a pesar de las dificultades derivadas de la pandemia que han supuesto, durante gran parte del año, restricciones a la actividad económica y comercial. Redexis acabó 2020 con más de 730.000 puntos de suministro distribuidos en las autonomías en las que opera.

Desde 2010 ha invertido cerca de 1.300 millones de euros para desplegar redes energéticas avanzadas, contribuyendo a que negocios, hogares e industrias ahorren en su factura energética y disfruten de una energía limpia, sostenible y que, además, genera confort.

Ha invertido 1.300 millones de euros para desplegar redes energéticas avanzadas

En la actualidad, la empresa centra sus esfuerzos inversores en la expansión de redes de distribución de gas natural, instalaciones energéticas, plantas de gas natural y GLP (gas licuado del petróleo), así como en el desarrollo de la movilidad sostenible a través del despliegue de infraestructuras para el gas natural vehicular (GNV) y puntos de repostaje (gasineras) y, adicionalmente, en proyectos de hidrógeno, gases renovables y energía de autoconsumo solar fotovoltaica, todo ello enmarcado en el proceso de transición energética.

A finales del año pasado, Redexis cerró un acuerdo con Repsol en 11 municipios donde la compañía está presente y en otros 35 nuevos próximos a sus áreas de operación para la adquisición de 4.230 puntos de GLP, incrementando significativamente su expansión geográfica. Este movimiento refuerza su posición como segundo operador de propano canalizado a nivel nacional con más de 100.000 clientes.

Asimismo, ha suscrito alianzas con importantes compañías para el impulso del GNV y la construcción de gasineras a nivel nacional, entre las que destaca el acuerdo alcanzado en 2019 con Cepsa para crear la mayor red de gasineras de España, y bajo el que ya se han puesto en servicio una gasinera en Puerto Lumbreras (Murcia), otra en Zaragoza y una tercera en Trujillo (Cáceres).

Hidrógeno

Redexis está firmemente comprometida con impulsar el desarrollo del hidrógeno renovable, clave en un contexto de cero emisiones y para conseguir los objetivos de la Agenda 2030. La compañía construirá en Mallorca el primer hidroducto de España a partir de la planta de hidrógeno renovable, en el marco del proyecto europeo Green Hysland, el primero del sur de Europa financiado por la Comisión Europea.

Repostaje en una gasinera de Redexis.

EXTREMADURA
VISITAR · VIVIR · INVERTIR
Todo lo que imaginas,
donde no te lo imaginas
www.turismoextremadura.com
JUNTA DE EXTREMADURA

Como anillo al dedo

EL GRUPO renovable presenta proyectos a 11 convocatorias de fondos europeos y españoles

Juan José Sánchez, consejero delegado de Capital Energy.

Opta a desarrollos innovadores presupuestados en más de 11.700 millones

Capital Energy se hizo con 620 megavatios (MW) eólicos en la subasta de energías renovables convocada por el Gobierno el pasado mes de enero. Ahora espera correr la misma suerte en el reparto de unos fondos europeos pensados para que la digitalización y la sostenibilidad reactiven una economía golpeada por el Covid con un modelo más competitivo y responsable con el entorno.

Fundada por Jesús Martín Buezas, la compañía lleva casi 20 años trabajando en el ámbito de las renovables y su vocación es convertirse, en apenas un lustro, en actor fundamental de un sector clave para la sostenibilidad medioambiental, económica y social de España y Portugal.

Coinciden así los objetivos de Bruselas y del grupo español, que, según consta en el *Informe integrado 2020* que la firma daba a conocer a finales de mayo, ha presentado proyectos innovadores a 11 convocatorias de fondos europeos y españoles con un presupuesto que supera los 11.700 millones de euros.

Optando a las manifestaciones de interés nacionales y regionales con iniciativas orientadas al desarrollo de renovables, hidrógeno verde, almacenamiento energético, digitalización e investigación y desarrollo, Capital Energy aspira a participar en el reparto de las ayudas y la financiación previstas, "una oportunidad para transformar los patrones de producción y consumo" y para tratar de hacerlos "más sostenibles", declaraba el pasado mes de abril su consejero delegado, Juan José Sánchez, en un foro organizado por la agencia Efe y la consultora KPMG.

Efecto tractor

Sánchez defiende que la recuperación en España, para ser sólida y resiliente, ha de transitar por la senda de la sostenibilidad, algo que es posible por la disponibilidad de los recursos naturales y por "una cadena de valor de primer nivel". Además, el consejero delegado sostiene que el país disfruta de ventajas y fortalezas para desarrollar el hidrógeno renovable como un vector fundamental dentro de la matriz energética del futuro.

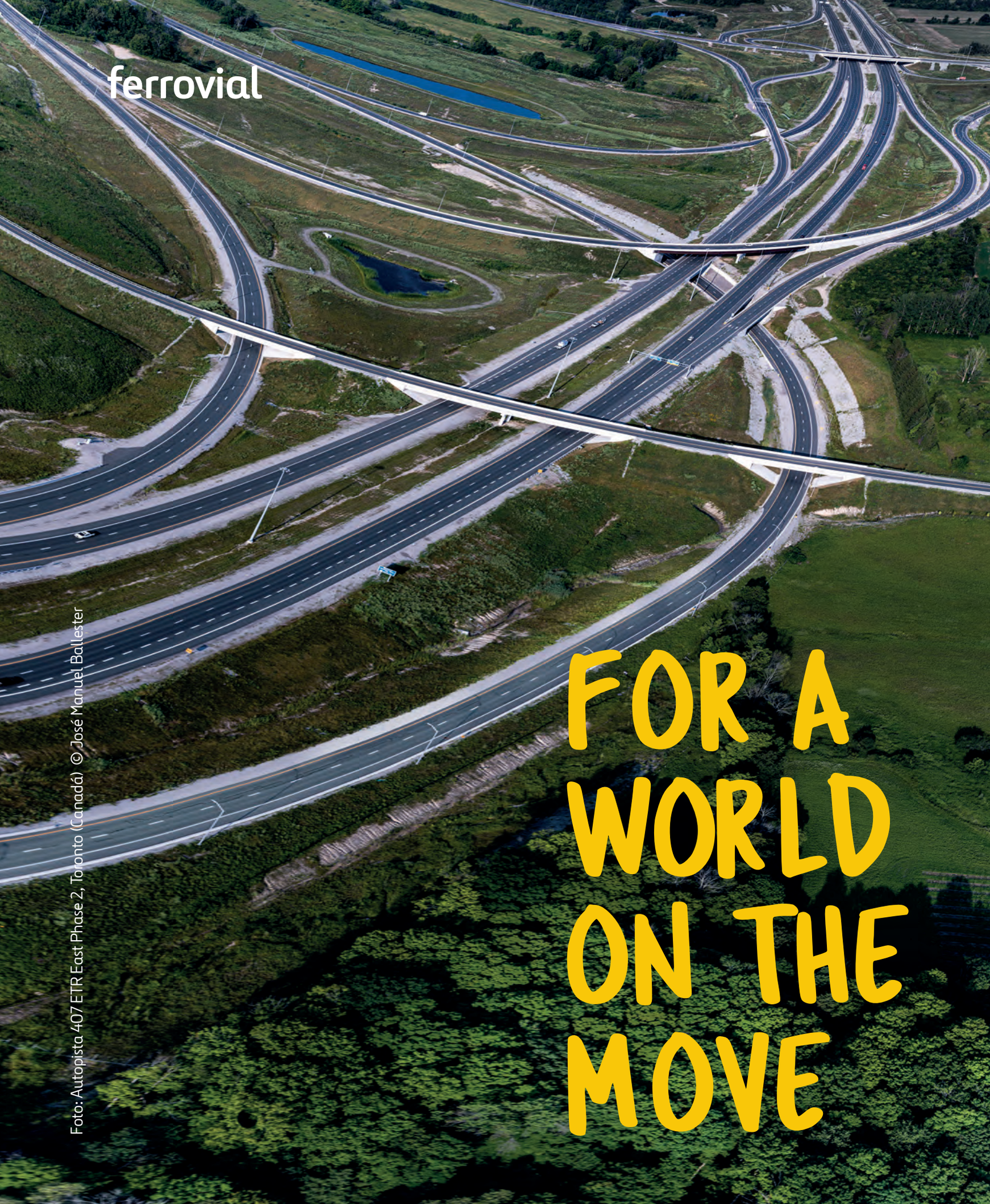
La propia experiencia de la compañía pasa por intentar conciliar su contribución a la progresiva descarbonización de la economía a través de la implantación de las renovables, como la eólica o la solar, con el fomento del desarrollo económico y social de todos los territorios en los que opera a través de la firma de acuerdos con Administraciones públicas, empresas y colectivos locales para ejercer un efecto tractor con su actividad.

De hecho, el grupo prevé que los fondos europeos permitan desplegar sus activos renovables para desarrollar una mayor digitalización y conectividad en áreas y entornos rurales donde se ubican sus instalaciones.

En marcha

Capital Energy quiere ser el primer operador 100% renovable verticalmente integrado de la Península. En octubre lanzó su comercializadora, tiene una cartera de proyectos de unos 38 GW de potencia y ha firmado contratos para equipar sendos parques eólicos con Siemens Gamesa y GE Renewable Energy. Para cumplir su plan de negocio, ha cerrado operaciones de financiación con bancos nacionales de primer orden y con inversores institucionales internacionales por más de 300 millones.

ferrovial



FOR A WORLD ON THE MOVE

Foto: Autopista 407 ETR East Phase 2, Toronto (Canadá) © José Manuel Ballester

Recuperación verde para superar la crisis

UNA APUESTA por la sostenibilidad a través de las energías renovables y los bioproductos

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

El color verde de su actividad y el impacto social de sus proyectos son los dos ejes sobre los que Ence Energía y Celulosa está construyendo su modelo de negocio. Con ambos quiere recuperar el pulso del crecimiento tras la pandemia y afrontar fortalecida la crisis climática.

En un contexto donde los grupos de interés y la sociedad demandan a las empresas algo más que solidez financiera, Ence ha apostado claramente por la sostenibilidad en su doble vertiente. En la ambiental, produciendo energía renovable fotovoltaica y con biomasa hasta los 505 megavatios. O aportando bioproductos que sustituyen a otros procedentes de combustibles fósiles. "A partir de madera, un material renovable, de origen natural y local, reciclable, podemos aportar muchos productos que sustituyen al plástico a través de la celulosa como materia base para múltiples aplicaciones", explica Jordi Aguiló, director general de celulosa de Ence. Y en lo social, creando empleo y riqueza en el medio rural, fijando población y luchando contra la despoblación. "Mediante el aprovechamiento de la biomasa, impulsamos una cadena basada en la economía circular en sectores agrícolas y forestales, contribuyendo a la actividad y el empleo en el medio rural", sostiene Felipe Torroba, consejero delegado de Ence Energía.

Planta de energía renovable con biomasa de Ence en Puertollano.

Compromiso

Ence forma parte de la primera Alianza Europea para una Recuperación Verde. Es una muestra más de su compromiso para impulsar soluciones ecológicas y sostenibles en la estrategia de la UE tras la crisis sanitaria causada por el Covid-19. Sus miembros piden un nuevo modelo económico basado en principios ecológicos.

> Son proyectos de futuro que están en línea con la idea de los fondos de la Unión Europea

Recuperación verde y social para reconstruir el tejido empresarial contando con todos y cada uno de los territorios. Esta es la base sobre la que Ence quiere garantizar la salud del planeta y la calidad de vida de todos. Proyectos sostenibles de futuro que están en línea, además, con las premisas del Fondo de Recuperación de la Unión Europea.

Inversiones para modernizar y hacer más competitiva la empresa

- **En la biofábrica** de Navia (Asturias) se quiere avanzar en la diversificación de productos procedentes de la madera. El objetivo es elaborar nuevos artículos absorbentes con menor impacto ambiental para fines textiles que sustituyan a las fibras sintéticas.
- **En Pontevedra**, en la biofábrica, van a realizar importantes inversiones con la finalidad de conseguir una mayor eficiencia en sus procesos. Las mejoras se van a centrar, entre otras cosas, en la digitalización, los procesos de fabricación y la biomasa.

- **Ence aspira** a construir con fondos europeos una nueva planta de biomasa en Almería. 158 millones de euros de inversión para generar 36 MW y dar solución al problema ambiental que causan los restos vegetales de los invernaderos de la provincia.

EUSKADI NEXT

Euskadiko Berreskuratze eta Erresilientzia Programa
Programa Vasco de Recuperación y Resiliencia
2021 › 2026

berpiztu
PROGRAMA PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y EL EMPLEO DE EUSKADI (2020-2024)

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

España lucha por una gigafactoría que preserve sus líneas de montaje

LA UBICACIÓN en la Península de una fábrica de baterías para coches eléctricos es vital para asegurar la continuidad de una industria que aporta el 10% del PIB y genera dos millones de empleos

Carlos
OTINIANO PULIDO

Volkswagen, uno de los grupos automovilísticos tradicionales con más poder para electrificarse y plantar cara al advenedizo Tesla, se ha propuesto llegar a 2030 con seis gigafactorías en Europa que aseguren el suministro de las celdas y los 240 GWh de potencia que necesitará para cumplir su promesa de un "coche eléctrico del pueblo". El objetivo es romper la dependencia asiática de un componente que supone más de un tercio del valor del vehículo y abaratar así su precio.

Para el emplazamiento de la fábrica que cubrirá el sur del continente hay tres candidatos: España, Portugal y Francia. El primer fabricante de vehículos del mundo ha dejado claro que elegirá el país que ofrezca las mejores condiciones y una de ellas es, por supuesto, la financiación: el que consiga más fondos del programa de recuperación europeo para costear parte de la instalación se llevará el premio. El importe se desconoce, pero en la que ya construye en Salzgitter (Alemania), en sociedad con la sueca Northvolt, invertirá 450 millones de euros.

La sola presencia de España en el bombo ya es un aliciente para una industria que aporta el 10% del PIB y genera casi dos millones de empleos, pero a la que la pandemia ha dejado muy maltrecha. En los últimos 15 meses, el sector ha sufrido paradas forzosas, suspensiones temporales de empleo (ERTE), escasez de microchips, caídas de ventas brutales y hasta el cierre de una factoría, la de Nissan en Barcelona, previsto para finales de este año.

El Gobierno respondió en marzo con la creación de un consorcio público-privado junto con Volkswagen, Seat e Iberdrola para hacer realidad la gigafactoría de 40 GWh que desea el grupo alemán (a manera de referencia, la que construye Tesla en Berlín alcanzará los 100 GWh cuando esté a pleno rendimiento). Hay mucho en juego: la multinacional ha condicionado a este apoyo gubernamental una inversión en Martorell de 5.000 millones de euros para producir allí 500.000 coches eléctricos anuales a partir de 2025. De estos, 2.400 se necesitarán para adaptar la infraestructura de la fábrica.

El proyecto de Volkswagen, conocido como Future Fast Forward (F3), será postulado a los fondos europeos bajo la categoría de Perte, una nueva figura creada por el Ejecutivo de Pedro Sánchez para designar proyectos estratégicos para la recuperación y transformación económica (de ahí el acrónimo). Así, la construcción de la fábrica recibirá un trato preferente, no solo en cuanto a subvenciones, sino también en lo que atañe a la tramitación de los permisos.

10.000

millones de euros en fondos europeos recibirá el sector automoción hasta 2023.

15

modelos eléctricos se producirán este año en las 17 factorías españolas: 10 puros y 5 híbridos.

8%

prevé Anfac que crecerán las matriculaciones en 2021 versus 2020, lo que las dejará en 925.000.

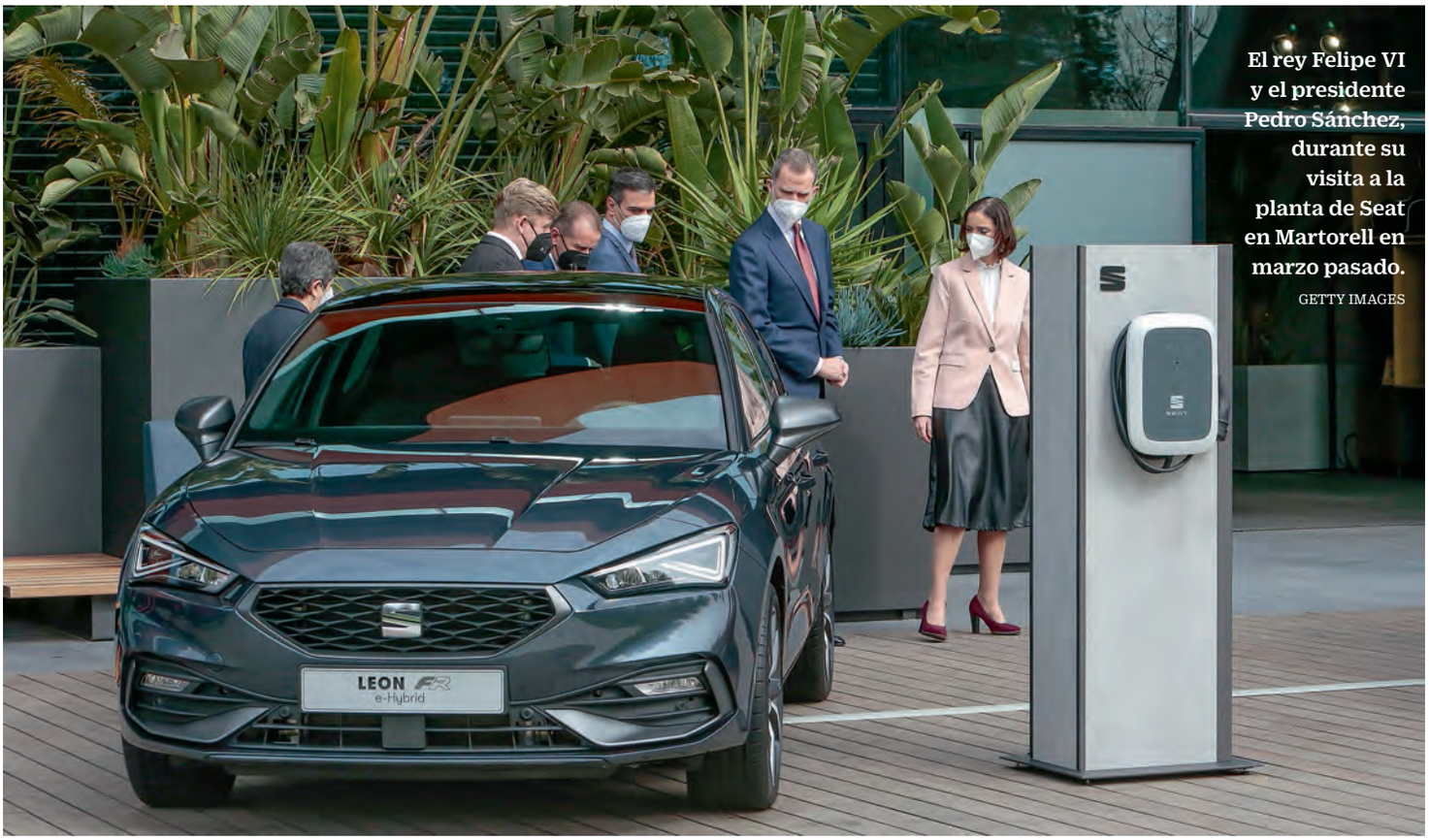
5.165

trabajadores de la industria todavía se encuentran en ERTE, según la Seguridad Social.

Hasta 10 autonomías quieren producir celdas en sus territorios

Citroën ë-Berlingo.

Además de Cataluña, otras nueve comunidades aspiran a acoger en su territorio la gigafactoría de Volkswagen o una fábrica propia que suministre celdas (la unidad mínima) o *battery packs* (paquetes de celdas) a una o varias marcas. Las Administraciones de Andalucía, Aragón, Cantabria, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Navarra y País Vasco, en alianza con socios privados, promueven sendas



El rey Felipe VI y el presidente Pedro Sánchez, durante su visita a la planta de Seat en Martorell en marzo pasado.
GETTY IMAGES

Prototipo cero emisiones del Renault 5.

Peugeot e-2008 que se monta en Vigo.

Modelo conceptual bZ4X de Toyota.

iniciativas que se encuentran en diferentes fases de desarrollo.

El presidente de la asociación de fabricantes Anfac, José Vicente de los Mozos, ha alertado contra la tendencia española de que "cada comunidad vaya a por la suya, como pasó con los aeropuertos". Durante unas jornadas celebradas en Zaragoza a finales de abril, se expresó a favor de tener gigafactorías "que ayuden a todas las marcas". De los Mozos, quien también es presidente de Renault en España, señaló que, con un transporte penalizado por el CO_2, la ubicación de la fábrica es importante porque "a mí me puede resultar menos interesante tenerla a 500 o 1.000 kilómetros".

Las ensambladoras necesitarán hasta 70 GWh/año en 2030, según CIC energiGUNE

El centro de investigación vasco CIC energiGUNE estima que España necesitará en 2030 una producción de entre 40 y 70 GWh/año de baterías para dar soporte a su industria de automoción. "Si no se hacen en la Península, el riesgo que corre el sector es la deslocalización", advierte Nuria Gisbert, directora general del centro. En esta carrera, Portugal exhibe como su principal carta sus ricos yacimientos de litio (es el mayor productor europeo, pero su uso se destina casi por completo a la industria cerámica), mientras que Francia lleva tiempo impulsando un

Airbus de las baterías en alianza con Stellantis (fusión de PSA y Fiat Chrysler) y Total.

España también ha despertado el interés de Stellantis para acoger su tercera planta de pilas. En este caso compite con Italia, aunque la mayor cuantía de Next Generation EU que Sánchez ha comprometido destinar al sector (10.000 millones hasta 2023 frente a los 1.000 millones ofrecidos por el Gobierno italiano) juegan a favor de los intereses nacionales.

Pero los estímulos a la oferta no son suficientes. El presidente de Seat, Wayne Griffiths, ha dicho que, "si no se venden coches eléctricos en España, no hará falta montarlos aquí ni tampoco una gigafactoría". La estrategia del Ejecutivo para incentivar la demanda es el Moves III, un plan de 400 millones que incentiva la compra de estos autos con ayudas que pueden alcanzar los 8.000 euros si se incluyen los descuentos comerciales. El objetivo es animar las ventas de un segmento que solo representa el 5,8% del mercado.

Sin embargo, Raúl Palacios, presidente de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos (Ganvam), sostiene que para amortiguar la caída general de las ventas es necesario poner en marcha estímulos que cubran también la parte mayoritaria de la demanda (gasolina y diésel), como ha hecho el País Vasco. "El Renove 2020 [dirigido a motores de combustión eficientes] terminó en diciembre con más de 200 millones de euros sin consumir porque nació con desajustes en su planteamiento. A diferencia de programas anteriores, en los que el concesionario adelantaba la ayuda al ciudadano, este dejaba en manos del comprador la gestión de la solicitud, perdiendo el aliciente que suponía para el conductor cerrar la operación con todos los incentivos ya incluidos en el precio", explica.

Además, señala que el incentivo para los etiqueta C era muy reducido. "Por desgracia, se obtenía más revendiendo el vehículo antiguo en el mercado de segunda mano que entregándolo para achatarrar, lo que le hacía un flaco favor al espíritu renovador del plan", lamenta.

Gerardo Pérez, presidente de Faconauto, patronal de la distribución, coincide en que "sería deseable que el Moves se acompañase con otros planes de estímulo paralelos y más amplios", como el Renove vasco. "La situación es crítica para muchos concesionarios que llevan muchos meses aguantando con un nivel de matriculaciones muy bajo", alerta Pérez, quien añade que una fiscalidad "enfocada en el uso y no en la posesión" es también "esencial" para fomentar la renovación del parque e incentivar la demanda. Al respecto, Anfac ha propuesto sustituir el impuesto de matriculación por otro que grave el parque circulante en función de las emisiones de CO_2.

La fiscalidad ambiental acelera la electrificación de las marcas

Este año entró en vigor el nuevo ciclo de homologación WLTP, que, según las patronales del sector, conlleva un incremento medio de 800 euros en el precio de los coches, ya que los límites de consumo y emisiones que están obligados a cumplir han aumentado y, con ello, lo que pagan de impuesto de matriculación.

Las marcas se quejan de que el cambio es inoportuno, pero lo cierto es que estaba previsto desde hace dos años. La directiva prevé multas de 95 euros por cada gramo que sobrepase el umbral multiplicado por cada automóvil *infractor*, lo que puede resultar en cuantías millonarias. Este endurecimiento ha acelerado la electrificación de las marcas. Como las emisiones se calculan sobre la media del total de coches vendidos, a los fabricantes les sale más rentable aumentar su oferta de modelos alternativos que seguir gastando dinero en alcanzar consumos imposibles.

Toyota exhibió en Shanghái el bZ4X, el primer coche 100% de baterías que la marca japonesa lanzará en Europa a mediados de 2022; Citroën ha empezado a comercializar la ë-Berlingo y Peugeot estrenó en enero el e-2008 (ambos se montan en Vigo), mientras que Renault prepara las versiones eléctricas de sus clásicos R-4 y R-5. Ford, entre tanto, ha anunciado que centrará su producción europea de coches eléctricos en Alemania con una inversión de 1.000 millones de dólares (850 millones de euros) en su planta de Colonia, lo que ha elevado la incertidumbre sobre el futuro de su planta de Almussafes, en Valencia.

Igual de sombrío se presenta el panorama para 2.525 trabajadores de la factoría de Nissan en la Zona Franca de Barcelona, si antes de fin de año no encuentran un inversor que asuma la reconversión de la planta ante la marcha de la firma nipona. Hay al menos 13 empresas interesadas.

Vista aérea de la fábrica de Nissan en Barcelona, para la que se busca nuevo ocupante.

Faconauto y Ganvam piden que las ayudas no se dirijan solo a los cero emisiones

1880

Una mercería en la calle Romanones

2021

Un ecosistema omnicanal global único

8 marcas propias, 3 lanzadas este año

Plataforma multimarca omnicanal con 30 marcas de terceros

Cerca de 1900 puntos de venta y presencia en 80 países

27 millones de socios en los clubes de cliente

140 millones de visitas web

220 millones de visitas a tienda

Cerca de 800 tiendas en España en más de 300 poblaciones vertebrando el territorio

Pioneros en el retail moda del futuro: sostenible, conectado, flexible, digital y rentable

*Cifras a cierre de ejercicio febrero 20/21

TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

La suma que multiplica

CORTEFIEL

hoss
INTROPIA

Pedro del Hierro

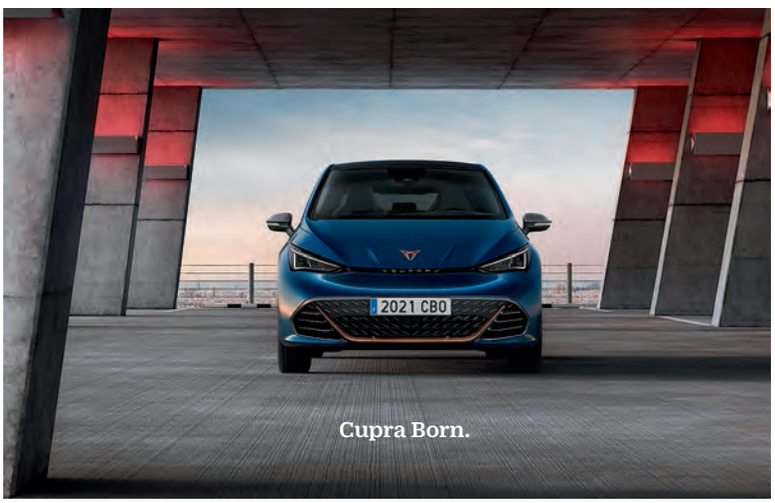
SPRINGFIELD

SEAT S.A.

El laboratorio griego de la movilidad eléctrica

LA COMPAÑÍA pone su eScooter 125 al servicio del 'motosharing' en la isla de Astipalea

eScooter 125 en la isla griega de Astipalea.



Cupra Born.

Cupra acaba de desvelar su primer vehículo 100% eléctrico, Seat se ha comprometido con el proyecto de electrificación de una isla griega y Seat:Code ha lanzado en Barcelona una plataforma para gestionar flotas de vehículos de manera completamente online. Son el tipo de proyectos que sugieren qué tan lejos está dispuesta la compañía española del Grupo Volkswagen a llevar la transformación de su modelo de negocio. Una renovación que gira en torno a tres conceptos: movilidad eléctrica, conectividad y digitalización del automóvil.

El Cupra Born es un compacto deportivo equipado con una batería de hasta 58 kWh que le otorga una autonomía cercana a los 420 kilómetros. Los que necesiten cubrir distancias más largas dispondrán de un paquete opcional más potente (el e-Boost) que es capaz de elevar esas prestaciones hasta los 77 kWh y 540 km, respectivamente. Diseñado en la sede de la marca en Martorell, el nuevo modelo entrará en producción en la planta de Zwickau (Alemania) a partir de septiembre.

Pero Seat es consciente de que las motocicletas y los patinetes tienen también un papel que cumplir en la descarbonización de las ciudades y, por eso, ha creado Seat Mó, su unidad de negocio enfocada en la micromovilidad. La división ha puesto su eScooter 125 a disposición del servicio de *motosharing* que formará parte del proyecto impulsado por el Grupo Volkswagen y el Gobierno griego para convertir a la isla de Astipalea en un laboratorio europeo de transporte climáticamente neutro.

En los próximos años la isla mediterránea modernizará su infraestructura para suministrar su propia energía renovable a los nuevos servicios de uso compartido de *scooters* y coches con los que pretende reducir en un tercio el parque automotor y sustituir el actual servicio público de autobuses. El Grupo Volkswagen también ha contribuido a la iniciativa con el primer patrullero cero emisiones del país y vehículos para el aeropuerto y el ayuntamiento. Entre tanto, los clientes particulares pueden elegir la Seat Mó 125 o automóviles eléctricos como el VW e-up! o los ID.3 e ID.4.

Para respaldar este tipo de iniciativas, Seat cuenta en Barcelona con su centro de desarrollo de software propio, Seat:Code, que el año pasado desarrolló su primera plataforma de movilidad multimodal. Se trata de una aplicación para iOS y Android que permite operar y gestionar flotas de vehículos de forma 100% digital. La plataforma es utilizada por el servicio de *motosharing* de Seat Mó en Barcelona y también está disponible para otras empresas y operadores.

A pesar de la crisis, Seat:Code siguió creciendo en 2020 con la entrega de 33 proyectos y la incorporación de 85 personas a su plantilla, que roza ya los 150 profesionales. De los nuevos fichajes, cinco proceden de la línea de producción de Martorell, prueba de la transformación laboral y la apuesta del grupo por promover el talento interno de Seat.

Formación

Seat prepara a su plantilla para la movilidad del futuro en el electromobility Learning Center (eLC), un centro propio de formación en todos los aspectos relacionados con la nueva tecnología eléctrica, la mecánica y la seguridad.

El centro ocupa un nuevo edificio de 400 m² situado en el corazón de la fábrica de Martorell.

LA PARTE QUE NOS TOCA
En MAPFRE cuidamos de las personas y del medioambiente hoy, para asegurar el futuro mañana.
#LaParteQueNosToca
Descubre qué estamos haciendo para asumir la parte que nos toca en MAPFRE.com
MAPFRE
Tu aseguradora global de confianza

A por la 'pole' en el nuevo transporte

ALD Automotive

EL PLAN ESTRATÉGICO busca colocar la compañía a la cabeza de la nueva movilidad

2,3

millones para 2025. Es el valor que ALD espera lograr en 2025 para su flota. Para ello, se enfocará tanto en los contratos directos como indirectos, aunque confía en que estos últimos aumenten más rápido.

Sara
RIVAS MORENO

Move 2025 es un plan muy ambicioso que se fundamenta en la transformación que comenzamos hace cinco años para aprovechar las oportunidades de crecimiento que vemos en el futuro a medio y largo plazo", aseguraba Tim Albertsen, director general de ALD, en la presentación de este plan estratégico en noviembre de 2020.

Con este nuevo plan la compañía pretende "posicionarse en el centro del mundo de la movilidad y fortalecer su competitividad para convertirse en un proveedor de movilidad sostenible totalmente integrado y líder mundial en su sector".

Basado en cuatro pilares, el primero busca que ALD sea reconocido por sus clientes como el proveedor más innovador de productos y servicios de movilidad a través de la digitalización, la personalización, la flexibilidad, la experiencia del cliente y como una marca de movilidad única. El segundo piensa en el crecimiento, en llegar a más clientes de todo el mundo, en contar con nuevos socios y en apostar por nuevas adquisiciones que aporten valor añadido.

Inversión

El plan Move 2025 de ALD Automotive asignará un presupuesto adicional de 66 millones de euros a inversiones digitales durante los próximos cinco años en sus cuatro pilares estratégicos. Esta acción elevará la participación de la inversión en competencias digitales de la compañía de un 20% de los gastos operativos en 2017-2019 hasta un 23% en 2020-2025.

El tercer pilar sitúa a las personas y la responsabilidad social corporativa en el centro del modelo empresarial; y el cuarto está relacionado con el rendimiento, al aspirar a generar valor durante el ciclo económico, dentro de un marco operativo comercial sólido, para hacer crecer la empresa de manera rentable.

En esta línea, se espera que el total de contratos alcance una flota de 2,3 millones para 2025, incluidas adquisiciones complementarias. La estrategia se enfocará tanto en los canales directos como en los indirectos, y se estima que la tasa de aumento sea ligeramente más rápida en estos últimos, en especial gracias a su plataforma digital.

En cuanto a la relación entre gastos e ingresos (excluyendo el resultado de ventas de autos usados), mejorará hasta colocarse entre el 46% y el 48%, Además, el plan pretende que el ratio de pago de dividendos se sitúe entre el 50% y el 60% en el periodo 2020-2025.

Pero si hubiese que destacar una única clave de esta hoja de ruta esa sería su apuesta por la sostenibilidad. ALD va a continuar liderando el mercado del cambio hacia vehículos de bajas emisiones, acompañando a sus clientes a través de un enfoque basado en el coste total de propiedad (TCO4, por sus siglas en inglés), una oferta de vehículos eléctricos (EV5) con todo incluido y un programa de vehículos eléctricos global.

Está previsto que el 30% de las entregas de automóviles nuevos que realice la compañía sean vehículos eléctricos para 2025. Es más, para 2030 el objetivo es aún más ambicioso, al establecer que el 50% de sus entregas sean vehículos 100% eléctricos. Como resultado, se prevé que las emisiones medias de CO_2 por vehículo para los nuevos contratos en 2025 sean, al menos, un 40% inferiores a las de 2019.

¡Vamos! Shop Small®

¡Vamos de compras a la tienda de Cristina!

Una iniciativa de **American Express para impulsar el gasto en comercios locales, con hasta 25€ de abono***.

*Descúbrelo y consulta las condiciones en **americanexpress.es/shopsmall**

¡Vamos Shop Small con American Express!

SHOP SMALL WITH AMERICAN EXPRESS

Carga ultrarrápida, papeleos lentos

MULTIPLICAR por siete en apenas tres años los puntos de recarga de uso público es inviable sin una reforma administrativa

Carlos
OTINIANO PULIDO

Si usted es propietario de un coche eléctrico y necesita cargarlo en la calle o la autopista porque no tiene donde enchufarlo en casa o va a realizar un trayecto largo, dispone de unos 8.500 puntos de uso público, según Anfac, la asociación nacional de fabricantes de automoción. El problema es que la mayoría de ellos se encuentran en las grandes ciudades y muy pocos en las autovías o zonas rurales.

El Gobierno quiere aprovechar los fondos de recuperación europeos para multiplicar esta infraestructura por siete en apenas tres años. ¿Es un objetivo viable llegar a 2023 con 60.000 conectores operativos en lugares en los que realmente tenga sentido para vehículos que necesitan repostar cada 120 kilómetros? La experiencia en España de Ionity, un consorcio formado por Daimler, BMW, Volkswagen, Ford y Hyundai, para desplegar en Europa una red de 400 estaciones donde los conductores de sus coches puedan recargar en 20 minutos, no invita al optimismo.

El objetivo de 21 estaciones que el grupo se fijó para España en 2020 ha tardado en cumplirse hasta el primer trimestre de este año debido, en gran parte, a la lentitud para obtener los permisos del Ministerio de Transportes y de los ayuntamientos. De hecho, de ellas solo hay 10 en funcionamiento. Las otras 11 están en construcción. La alianza espera ahora licencias y confirmaciones de los distribuidores eléctricos para poner en marcha 6 más en 2021.

Cartel de una electrolinera en Paterna, Valencia. GETTY IMAGES

Trámites "desesperantes"

- **Jesús Román,** secretario general de Feníe, la federación de instaladores eléctricos, corrobora que los retrasos y las dificultades en los trámites para solicitar un punto de suministro a las distribuidoras "son desesperantes" y deberían agilizarse no solo para puntos de recarga, sino para todo tipo de conexiones.
- **Sostiene que** aplicar una comunicación previa en todos los ayuntamientos para empezar las obras de instalación ayudaría a reducir los plazos de ejecución.
- **Plantea también** que, igual que se incentiva la instalación, se promueva el mantenimiento de los cargadores, sobre todo de los que están en la vía pública y han sido objeto de ayudas.

Ionity sugiere duplicar los plazos de concesión de las áreas de servicio a diez años

Allard Sellmeijer, responsable de Ionity en la Península, señala que mientras en Francia o Alemania el proceso desde que se identifica un lugar idóneo hasta que se termina la conexión puede tardar unos cuatro meses, en España lleva un año. El Gobierno ha declarado de utilidad pública los postes de recarga de alta capacidad (más de 250 kW de potencia), lo que debería facilitar su despliegue, pero Sellmeijer asegura que "no nos ha servido de mucho porque los trámites siguen siendo lentos".

El decreto tampoco ha resuelto el problema de los costes: las concesiones de áreas de servicio, donde van los cargadores ultrarrápidos, se otorgan por cinco años, cuando se necesita un mínimo de diez para recuperar una inversión que, en su caso, ronda los 700.000 euros por electrolinera. "En Briviesca, por ejemplo, estamos poniendo una infraestructura removible para poder llevárnosla si dentro de cinco años no nos renuevan la licencia", ilustra. Y defiende que el modelo ideal es el de Suiza, donde la distribuidora ha equipado estaciones de servicio con suficiente potencia, la conexión le pertenece y se alquila al concesionario, así este solo se limita a pagar una renta por el derecho de explotación.

Campofrío

Vegalia

100% VEGETARIANO AUNQUE TU NO LO SEAS

@Campofrio_es @Campofrio @Campofrio

Puente en la ría de Vigo. GETTY IMAGES

Eje vertebrador de la riqueza

LAS OBRAS PÚBLICAS son fundamentales para que los negocios funcionen. Garantizan, además, la generación de bienes y servicios que promueven el bienestar social, el desarrollo y el empleo

Marce
REDONDO ROMERO

La base para acelerar la puesta a punto es el fondo de recuperación Next Generation

Son esenciales para el transporte de mercancías y pasajeros y el intercambio de bienes y servicios y, por tanto, para el desarrollo de la economía. "Una buena red de infraestructuras que permita mover los productos desde y hasta los grandes puntos de entrada (puertos, aeropuertos, centros logísticos), hasta y desde los puntos de distribución, reduce costes y mejora el retorno de las inversiones, que buscan ubicarse en entornos con infraestructuras sólidas, fiables y extensas", comenta Javier Camy, director de la multinacional de ingeniería Aecom España. También considera que los fondos europeos "están llamados a facilitar el desarrollo de proyectos que incrementen la seguridad, la distribución geográfica y la incorporación de energías limpias y tecnologías digitales a nuestras infraestructuras para dirigirnos hacia un desarrollo sostenible desde los puntos de vista ambiental, social y económico".

En esta misma línea se pronuncian desde FCC: "El sector de las infraestructuras cumple una función de tractor económico, en todas sus variantes, y en un corto y medio plazo crea empleo y crecimiento de la actividad empresarial". Además de la función de locomotora económica, el sector, a través del diseño y la construcción de las infraestructuras, permite, por un lado, la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y, por otro, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en todas sus vertientes, señalan en la constructora.

Es un detonador de la riqueza nacional por excelencia que va más allá de las grandes obras, pues de lo que se trata es de alcanzar una interconectividad y una intermodalidad que posibiliten, en menos tiempo y con menor coste, llevar bienes y servicios. Por eso, si un país busca ser competitivo, sus infraestructuras de carreteras, aérea, marítima, ferroviaria y de telecomunicaciones deberán orientarse hacia una interconexión que conlleve una sinergia entre las diferentes cadenas de valor.

Por su parte, Javier Pérez de Vargas, director de la Real Academia de Ingeniería de España, cree que debemos aprovechar una coyuntura que nos invita a la reinvención, ren-

Obras del viaducto El Salto (Chile) de Sacyr.

Construcción en Eslovaquia de la autopista D4, obra de Ferrovial.

Una nueva realidad todavía sin definir en la movilidad del futuro

La era pos-Covid parece que nos deparará una nueva realidad que aún no está definida. "En el ámbito del transporte, hay incertidumbre sobre cómo serán los nuevos patrones de movilidad", subrayan desde Globalvia, compañía especializada en la gestión de concesiones de infraestructura de transporte. Y añaden: "El Covid ha tenido un impacto sin precedentes en la demanda de las infraestructuras, aunque en los últimos meses se ha registrado cierta recuperación". Pero esta recuperación, que se ha producido al suavizarse las restricciones a la movilidad, no ha alcanzado los niveles de 2019 debido a la nueva realidad que supone el teletrabajo, que ha llegado para quedarse, y a la crisis económica sin precedentes que estamos sufriendo.

La agenda rural y urbana y la movilidad de largo recorrido son los dos ejes sobre los que pivotarán las inversiones en obra civil ligadas a los fondos europeos en España. En concreto, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno indica que se potenciarán las zonas de bajas emisiones en municipios de más de 50.000 habitantes, con carriles bici, la modernización de flotas de autobuses, puntos de recarga o el impulso de los vehículos eléctricos. Otro pilar será el transporte de cercanías, que tendrá que acompasarse en paralelo con el despegue de otras infraestructuras como el Corredor Mediterráneo o el Corredor Atlántico.

tabilizando nuestras instalaciones de transportes, de telecomunicaciones y de distribución de energía como elementos singulares en nuestra economía. "Muy pocos países de Europa pueden presumir de infraestructuras de transporte por carretera o ferroviario, de red de fibra óptica o de transporte y distribución de energía como las españolas. Tenemos que emplearlas para llegar más lejos y más rápido".

España afronta el reto de inyectar en la economía, en el actual lustro, 72.000 millones de euros en préstamos y 68.000 millones en subvenciones, hasta un total de 140.000 millones de euros, procedentes de los fondos de recuperación europeos, mediante planes que estén adecuados a los ODS, a cuyo cumplimiento está estrictamente condicionada la concesión de las ayudas.

El presupuesto

16.664 millones de euros sumarán las actuaciones previstas por el Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana para 2021.

La base para acelerar la puesta a punto de las obras públicas, calificada por el secretario general de Infraestructuras, Sergio Vázquez Torrón, como la segunda modernización del sistema de transporte, será el Fondo de Recuperación y Resiliencia de la UE, bautizado como Next Generation EU. La cifra que recibirá España va a multiplicar por diez los fondos de cohesión que en los años noventa del siglo pasado sirvieron para construir instalaciones como la red de alta velocidad.

El nuevo enfoque inversor del Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana (Mitma) busca una reducción de las emisiones de CO_2 derivadas del transporte, un mayor grado de intermodalidad, el impulso al ferrocarril como modo sostenible para la movilidad o la digitalización de los sistemas de transporte.

Los Presupuestos Generales, con actuaciones del Mitma previstas de 16.664 millones de euros en 2021, destinan 1.100 millones a carreteras, con una caída del 12%, y 1.240 millones para conservación y mejoras, que crece más del 50%. El reparto de las ayudas europeas no favorece la construcción de nuevas carreteras, que apenas atrae un 5% de los fondos de recuperación comunitarios.

Por otro lado, el aumento de kilómetros de vías de alta capacidad gestionados por el Mitma está limitando la disponibilidad de presupuesto para obra nueva en carrete-

Viaducto sobre el río Almonte (Extremadura) de la línea de alta velocidad.

ras, una situación que aumenta con el fin del plazo de explotación de las concesionarias. La carretera capta 850 millones del fondo europeo (serán 17.000 millones en manos del Mitma), frente a los 6.200 millones que acapara el ferrocarril.

De hecho, el presupuesto para autovías está copado por las labores de conservación, lo que aumenta la posibilidad de implantar peajes blandos en 2024 y de un mayor recurso a la colaboración público-privada para atender nuevos proyectos. El fin es obtener una recaudación anual para el Estado de 1.500 millones de euros.

La Confederación Nacional de la Construcción (CNC), por su parte, respalda la decisión del Gobierno de crear una tasa de pago por uso de las carreteras a partir de 2024, como recoge el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia presentado a la Comisión Europea, por considerar que esta medida permitiría paliar el déficit de mantenimiento acumulado en los últimos años y mejorar así la seguridad vial. La CNC recuerda que uno de cada diez kilómetros de carreteras presenta deterioros graves en más del 50% del pavimento.

La CNC recuerda que uno de cada diez kilómetros de carreteras sufre deterioros graves

Con respecto a la evolución del sector en 2021, desde Seopan señalan que el crecimiento potencial, situado entre el 1% y el 2,7%, está condicionado por la ejecución presupuestaria –fundamentalmente de Adif, que representa el 24,4% de la obra civil nacional–, las decisiones de las Administraciones públicas de impulsar contratos de colaboración público-privada y también por la capacidad que tengan dichas Administraciones de gestionar en plazo las ayudas europeas, que para este ejercicio serán de 19.000 millones, 8.000 millones menos de lo presupuestado por el Gobierno.

En este sentido, "y dados los reducidos plazos existentes y los retrasos que se han producido en la Unión Europea para la aprobación de las normas reglamentarias de los fondos europeos para la recuperación, estimamos que debería plantearse a las autoridades competentes comunitarias una posible ampliación de los plazos de ejecución de estas ayudas", apunta la patronal.

1.240

millones de euros destinará el Mitma a la conservación y mejora de las carreteras en 2021.

1.500

millones recaudaría anualmente el Estado si se implantan peajes blandos en 2024.

19.000

millones de euros es la cantidad que Bruselas prevé transferir a España este año.

Ferrovial, que obtiene el 87% de su facturación del exterior, sigue el plan de recuperación europeo con mucha atención. La compañía está en contacto con entidades locales para desarrollar conjuntamente sus propuestas. Hasta el momento, lidera 38 proyectos y participa como socio en otros 24. El importe de la inversión de las iniciativas que promueve supera los 5.000 millones de euros en rehabilitación urbana, transformación de polígonos, economía circular y movilidad urbana. "La participación de Ferrovial en estos proyectos responde a nuestra vocación por ser un actor activo en el desarrollo y la transformación del país, en un esfuerzo que exige la participación del sector público y del privado".

Globalvia, por su parte, indica que, ante la crítica situación económica que tenemos por delante, es necesario definir cuanto antes los proyectos para ponerlos en marcha y no retrasar la recuperación: "El modelo de colaboración público-privada va a permitir a los Estados desarrollar infraestructuras, salvando las restricciones presupuestarias, y destinar los recursos a otras prioridades como son el gasto social y la reducción de la deuda pública o el pago de intereses".

Listos para abordar la movilidad del futuro

abertis

EL GRUPO lidera la innovación en las infraestructuras para hacerlas más sostenibles y digitales

La movilidad del futuro se enfrenta a dos grandes retos: la sostenibilidad y la digitalización. En el primer caso, con vehículos eléctricos, compartidos y conectados que reduzcan sustancialmente los niveles de contaminación. Y en el segundo, con tecnologías que harán los viajes más cómodos y seguros, eficientes y satisfactorios para las personas.

Pero todos estos avances necesitan un lugar donde aplicarse. Las carreteras, autovías y autopistas son el lugar clave donde confluyen y pueden desarrollarse todas estas tecnologías. Sin las infraestructuras no se podría hacer. Sería como tener un teléfono 5G pero sin red 5G.

Abertis, líder en gestión de autopistas, está invirtiendo en innovación para estar preparado y dar solución a los nuevos modelos de movilidad. *Big data*, internet de las cosas y *machine learning* son algunos de los instrumentos con los que trabaja para mejorar la gestión de las infraestructuras.

Con ellos consiguen autopistas conectadas que se comunican con el vehículo, y sostenibles, reduciendo el consumo de energías no renovables y con sistemas energéticos más eficientes. Una gestión del tráfico avanzada para adelantarse y prevenir lo que pueda ocurrir, como, por ejemplo, un accidente, y también para conocer la salud de la carretera y optimizar su mantenimiento. Y un evolucionado análisis de los datos en beneficio del cliente.

Dartford Crossing, uno de los accesos a Londres.

Sin barreras

La tecnología ha levantado de forma casi definitiva la tradicional barrera de peaje. El proceso es imparable. En 2020 se hicieron el 64% del total de pagos con telepeaje. Abertis apuesta por un sistema electrónico que hace las vías más innovadoras. seguras y modernas, con menos humos y un tráfico más fluido.

El programa de innovación Garage es un modelo de lo anterior. Cuatro proyectos para que las autopistas funcionen de forma más eficiente: vigilancia constante del pavimento para prevenir su degradación y mantenerlo mejor; inteligencia artificial para predecir el tiempo y hacer más seguros los viajes en invierno; un sistema de soporte sin barreras, y *big data* con soluciones personalizadas.

> La tecnología es el camino para lograr carreteras más inteligentes

Abertis interviene en otros programas en España, Francia, Italia y Chile con autopistas inteligentes, movilidad integrada y soluciones para coches eléctricos, autónomos y conectados. Instalación de electrolineras, vías que recargan vehículos eléctricos, intercambio de datos y predicción de accidentes de tráfico, sistemas de alerta de colisión o control de tráfico en zonas de alto conflicto o uso de 5G para reducir las emisiones de dióxido de carbono.

El grupo está dando pasos firmes para cruzar con garantías la frontera digital y sostenible a la que se acerca el nuevo modelo de negocio que se está creando en torno a las infraestructuras, con una apuesta clara por la innovación para aprovechar las nuevas oportunidades.

Fortalece el plan de sostenibilidad

EL GRUPO alinea sus políticas ambientales, sociales y de gobernanza con los ODS de la ONU

Los directivos de ACS son conscientes de que los inversores prestan cada vez más atención a la evolución no financiera de la compañía. Por eso, en la última junta general de accionistas, celebrada en mayo, Florentino Pérez, presidente de la contratista internacional más grande del mundo, dedicó una parte importante de su discurso a reseñar los avances hechos por el grupo en materia de sostenibilidad a lo largo de 2020.

Así, en lo que concierte al impacto de sus operaciones sobre el medio ambiente, destacó que la compañía ha reducido sus emisiones totales, tanto directas como indirectas, en casi un 20%, "reafirmando nuestros objetivos globales en la eficiencia energética y la lucha contra el cambio climático", aseveró.

En el área social, han aumentado un 53,8% el gasto medio por empleado en seguridad y salud laboral, hasta alcanzar los 1.197 euros, lo cual se ha visto reflejado en la disminución de los índices de siniestralidad. Igualmente, han profundizado en la política de diversidad de género: actualmente, la plantilla femenina supera el 40% del total de empleados. En este punto, Pérez expresó su especial satisfacción por el hecho de que 10.050 trabajadores del grupo, el 5,6% del total, pertenecen a colectivos vulnerables: personas con discapacidad, en riesgo de exclusión social, víctimas de violencia de género o terrorismo...

Reconocimiento

El desempeño ambiental y social de ACS ha sido reconocido por Dow Jones, que en noviembre pasado volvió a incluir al grupo en su índice mundial de sostenibilidad.

Dos filiales cotizadas de la compañía también han sido listadas en distintas variantes del índice: la contratista alemana Hochtief y la australiana Cimic.

Parque eólico Las Tadeas, en Palencia, construido y operado por Cobra.

La plantilla femenina ya supera el 40% del total de empleados

Por último, el grupo ha reforzado su modelo de gobernanza adaptando sus reglamentos y políticas al nuevo Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas. Con estos logros, ACS ha cumplido la mayoría de metas que se fijó hace cinco años y ahora prepara el Plan Estratégico de Sostenibilidad 2021-2025, que estará alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

53 millones de euros en I+D, 253 proyectos y dos nuevas patentes

La crisis sanitaria no ha impedido que ACS mantenga su apuesta por la I+D+i. En 2020, el grupo destinó 53 millones de euros a investigación, desarrollo e innovación, lo que representó un incremento del 41% con respecto a 2019.

Prueba de su interés por incorporar avances tecnológicos que mejoren sus procesos, ACS tiene abiertos 253 proyectos de investigación y registró en 2020 dos patentes, elevando su cartera de invenciones protegidas a 59 en 10 años.

A través de alianzas con centros tecnológicos y universidades, la compañía ha desarrollado 66 proyectos específicos de innovación vinculados con la sostenibilidad como parte de su compromiso en este ámbito.

unir LA UNIVERSIDAD EN INTERNET

Elige tu Grado Oficial UNIR

Toma el control y alcanza tus objetivos en UNIR.

Aprende con una metodología innovadora, tecnología de última generación y una enseñanza cercana, flexible y de calidad.

#MejorEnUNIR

Control de obras en tiempo real

ferrovial

SENSORES, algoritmos y gemelo digital sacuden de la mano del grupo un sector muy tradicional

La construcción siempre ha sido uno de los sectores más tradicionales de la economía, por lo que su adaptación a las nuevas tecnologías ha sido mucho más lenta que en otras industrias. Para acelerar su transformación digital y darle a todos sus proyectos de ingeniería un sello de sostenibilidad desde el primer boceto, Ferrovial ha lanzado Abacus.

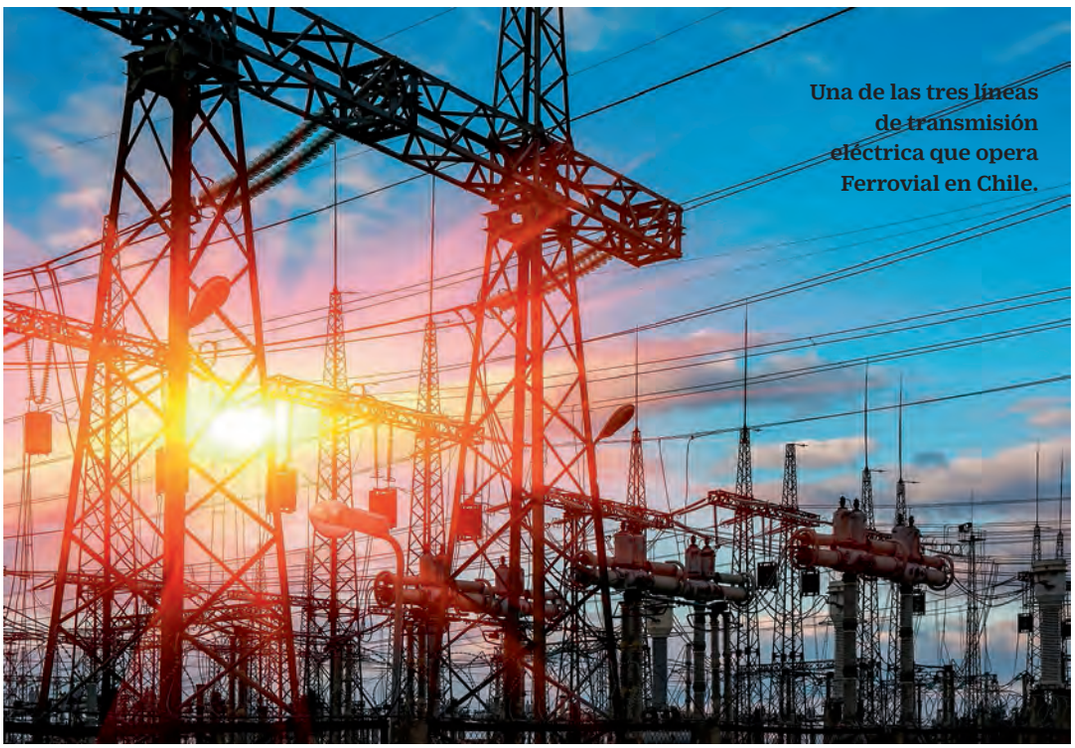
Es un plan estratégico uno de cuyos ejes principales es la digitalización en todas las fases de los proyectos, con el objeto de reducir los riesgos. A la vez, se refuerza la capacidad de gestión de las obras, desde la licitación a la ejecución pasando por el diseño.

Entre las iniciativas tecnológicas del plan Abacus se encuadran Earthworks y Digital Twins. El primero es un sistema que combina internet de las cosas, sensores y algoritmos para monitorizar y controlar el movimiento de tierras durante las obras con el objetivo de mejorar su productividad y seguir en tiempo real la actividad que está teniendo lugar en el terreno.

Los gemelos digitales, entre tanto, son réplicas virtuales en las que se simula todo aquello que ocurre en el mundo físico para monitorizar procesos y comportamientos de los objetos. Se diferencia de BIM (*building information modeling*) en que las maquetas digitales sí están conectadas con el mundo real.

Ferrovial ya aplica estas tecnologías y utiliza los datos en sus proyectos en Reino Unido, Estados Unidos y Chile. Estas tecnologías, como el 5G o la realidad aumentada aplicada a la gestión de activos de infraestructuras, están incorporadas a los proyectos que aspira a financiar con fondos del programa Next Generation de la Unión Europea. Hasta el momento, el grupo lidera 38 propuestas que suman una inversión de más de 5.000 millones de euros.

La constructora ha postulado a Next Generation 38 proyectos por más de 5.000 millones

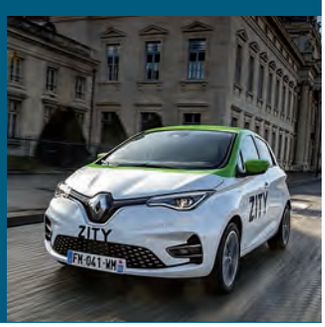


Una de las tres líneas de transmisión eléctrica que opera Ferrovial en Chile.

Tres nuevas unidades de negocio

En su afán por construir infraestructuras sostenibles, Ferrovial ha creado tres nuevas unidades de negocio: movilidad, electrificación y agua. De la primera, en alianza con Renault, forma parte Zity, un servicio de coche eléctrico compartido que se alquila por minutos.

El negocio de agua se articula a través de Cadagua, filial que construye y gestiona plantas de tratamiento y depuración con la máxima calidad. La tercera unidad desarrolla líneas de transmisión eléctrica en Chile, donde actualmente opera tres.



Seguir invirtiendo para seguir creciendo

Sea cual sea tu idea de negocio, estamos seguros de que quieres hacer que crezca. Nosotros **estamos aquí para ayudarte** a conseguirlo, y por eso contamos con **servInvest, un servicio de asesoramiento 360º,** y una cartera con **miles de activos** donde encontrar tu oportunidad: suelos, oficinas, naves, locales, edificios... y mucho más. ¿Quieres conocerlos?

Encuentra tu inversión perfecta
en **inversores.servihabitat.com**

inversores.servihabitat.com

Servihabitat
Profesionales

Pionera en combinar BIM y 'blockchain'

LA CONSTRUCTORA termina en Dublín la primera obra del mundo hecha con ambas tecnologías

Ejemplo de obra que resuelve un problema ambiental y económico: Gerald Desmond Bridge, primer puente atirantado de California.

Carlos
OTINIANO PULIDO

El uso del método BIM, acrónimo en inglés de modelado de información para la edificación, aún no es obligatorio para adjudicarse una obra pública en España, pero su implantación avanza conforme a los designios de Bruselas y ya hay algunas Administraciones que lo exigen para ciertos proyectos de gran complejidad o contratos a partir de cierto importe. En lo que va de 2011, sin ir más lejos, se han publicado 161 licitaciones por un total de 148 millones de euros que incluyen este requisito en sus pliegos, según el Observatorio CBIM del Ministerio de Transportes.

Grandes constructoras como FCC ya trabajan con esta tecnología que, a diferencia de Autocad, no se limita a generar planos en 3D, sino que agrega a éstos la memoria y el presupuesto de la obra. La base de datos es accesible a todos los agentes implicados y facilita la gestión del proyecto durante todo su ciclo de vida, ahorrando tiempo y dinero.

Pero el grupo que controla Carlos Slim ha dado un paso más en el desarrollo de la maqueta digital al combinarla con otra tecnología igual de revolucionaria: la cadena de bloques. BIMcheck es la plataforma creada por FCC que empareja ambas soluciones con el objetivo de "mejorar la productividad de la compañía y garantizar la excelencia en los procesos y en los resultados a través de la automatización de los métodos de control y gestión de la calidad en obra".

Edificios de la Universidad Grangegorman, en Dublín.

Informes auditados

FCC es una de las pocas constructoras que, tras calcular su huella de carbono en todos los países en los que trabaja, encarga a un tercero que verifique los informes de emisiones.

"Es cierto que tanto BIM como *blockchain* pueden utilizarse por separado y que en el sector ya hay muchísima automatización. Sin embargo, hay temas como la propiedad intelectual, la transparencia de los procesos y ciertas ineficiencias de la metodología BIM que los distintos sistemas aún no han conseguido salvar y para los cuales *blockchain* será un buen aliado", explica José Carlos Rico Pérez, responsable BIM de FCC Construcción.

Una cadena de bloques es una base de datos distribuida y segura gracias al cifrado de sus componentes. Al trasladar esas cualidades a BIM, el proyecto gana en trazabilidad y automatización (es fácil detectar cambios de diseño, por ejemplo), aseguramiento de la calidad (permite contrastar la realidad ejecutada con lo proyectado), agilización de los procesos de compra (se eliminan intermediarios), seguimiento y control, entre otras múltiples ventajas.

FCC ha sido la primera constructora a nivel mundial en aplicar ambas tecnologías en una obra: dos edificios del campus de la Universidad Grangegorman, en Dublín. El proyecto, que completó en abril de este año con un presupuesto de 220 millones, ha recibido la certificación de construcción sostenible Breeam. BIMcheck es una muestra de la apuesta del grupo por nuevas tecnologías digitales, entre las que también destacan la inteligencia artificial y el *big data*.

La digitalización nos
ha hecho más fuertes.
#DondeCompras
Importa
FRANJUL
PEDRO
"Las ventas en nuestra web han crecido un 25% desde el inicio de la pandemia, y es una tendencia que estamos seguros de que ya se ha consolidado."
Pedro Miguel Carrillo
Calzados Franjul
www.visa.es/digitaliza-tu-negocio
VISA
donde tú quieras estar

La protectora de más de 1.200 especies

EN 2020, la constructora ha invertido 34 millones de euros para la conservación de ecosistemas

El compromiso medioambiental de Sacyr forma parte de su estrategia ejecutiva al más alto nivel y está desarrollado en el Plan de Acción Sacyr Sostenible 2021-2025. En este documento, la compañía se compromete a luchar contra el cambio climático, con el objetivo de ser neutra en carbono antes de 2050, a elevar un 50% la inversión en protección del medio ambiente y a duplicar su presupuesto para innovación en los próximos cinco años. Además, establece que el 70% de los fondos destinados a I+D+i tendrán un alcance sostenible.

Uno de los principales retos asumidos por el grupo es contribuir de manera efectiva a la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Para ello cuenta con diferentes mecanismos que le permiten marcar líneas de acción prioritarias. Como pilares fundamentales, destacan sus políticas de medio ambiente, contra el cambio climático, de agua y de biodiversidad. Estas recogen las directrices que deben seguir sus diferentes líneas de negocio con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de las partes interesadas.

Dentro de la sostenibilidad ambiental, Sacyr trabaja en la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas e impulsa iniciativas para proteger a más de 1.200 especies en todo el mundo. Solo en 2020 invirtió 34 millones de euros en protección y conservación, un 30% más que el año anterior.

Autopista al Mar 1, vía que construye Sacyr en Colombia.

Uno de los objetivos sociales a 2025 es duplicar el equipo de mujeres directivas

Entre las actuaciones financiadas por esos fondos resaltan el seguimiento de 144 refugios activos, el monitoreo, rescate y reubicación de 14.050 individuos de más de 50 especies vegetales y 561 ejemplares de fauna silvestre y el diseño de 13 pasos de fauna. En línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 15: Vida de ecosistemas terrestres, Sacyr ha adoptado medidas que reducen el impacto de sus obras en los hábitats naturales, que evitan la pérdida de la diversidad biológica y protegen a las especies amenazadas.

En 2020, Sacyr ha reforzado sus órganos de gobierno corporativo en materia de sostenibilidad y este año ha presentado su Plan Estratégico 2021-2025, que pone el foco en los negocios concesionales e impulsa la sostenibilidad como herramientas clave para crecer durante el próximo lustro.

Así, por ejemplo, el nuevo programa promoverá el talento interno para avanzar hacia la igualdad, con el objetivo de duplicar el número de mujeres directivas. Además, apoyará el desarrollo de las sociedades en las que opera la constructora y duplicará en cinco años la inversión en proyectos de responsabilidad social corporativa.

Obra conectada

En el horizonte de 2025, Sacyr seguirá optimizando la digitalización de procesos con el uso de *big data, analytics*, computación en nube, inteligencia artificial y otras tecnologías.

Ya en los últimos años ha desarrollado soluciones que buscan avanzar hacia la denominada obra conectada, entre las que destacan proyectos como Sacyr Tracking, una plataforma IoT (internet de las cosas) de gestión de activos que permite el seguimiento real de los equipos desplegados en grandes obras de infraestructuras.

En Ence estamos comprometidos con la sostenibilidad y el respeto medioambiental. Apostamos por una ***Recuperación Verde,*** *generando energía renovable, produciendo celulosa sostenible destinada a fabricar productos biodegradables y creando valor en los entornos en los que operamos.*
ence
ENERGÍA & CELULOSA

El autobús se apunta a la ola cero emisiones

PRECISA renovar flotas, transformar talleres y crear una red de repostaje de hidrógeno

Alejandro
GONZÁLEZ LUNA

El transporte colectivo por carretera se enfrenta a grandes desafíos que marcarán de manera decisiva su futuro. El primero y más inmediato es recuperar la confianza de los viajeros en el transporte público como espacio seguro para viajar. Y después, completar la transición hacia una nueva movilidad, sostenible y conectada, acorde con las nuevas tendencias y demandas sociales. Así lo afirma el consejero delegado de Alsa, Francisco Iglesias.

Sin embargo, el sector ha quedado muy tocado por la pandemia, que provocó solo en 2020 pérdidas de 4.000 millones de euros, dejando en el aire unos 30.000 puestos de trabajo. Por eso, cuenta Iglesias, las diferentes empresas de autobuses se pusieron de acuerdo y presentaron en septiembre al Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (Mitma) un plan de recuperación y resiliencia en línea con el *Green Deal* de la Comisión Europea, basado en cuatro ejes: transformación ecológica, digitalización, empleo y servicio público.

Según el director de infraestructuras y transporte de KPMG en España, Fernando Vizoso, "la transición energética y la ruta hacia un escenario de emisiones cero es un reto que el sector no puede afrontar en solitario". Hará falta que "tanto los fabricantes de autobuses como los proveedores energéticos (infraestructura y suministro) lancen al mercado soluciones viables y eficientes, que en todo caso requerirán de un decidido apoyo público para su implementación", considera el experto.

Vizoso añade que el hecho de que las necesidades del sector coincidan con las estrategias contenidas en el plan España Puede, sumado a su delicada situación tras la crisis del Covid, "deberían colocarlo en una buena posición como receptor de los fondos Next Generation EU".

De manera concreta, la nueva movilidad implicará renovar las flotas con vehículos neutros en emisiones (como el hidrógeno), crear las instalaciones de repostaje, transformar los talleres para poder gestionar estos vehículos y adaptar a las empresas y a sus trabajadores a las nuevas tecnologías. "Estamos hablando de inversiones muy cuantiosas", advierte el presidente de la Confederación Española de Transporte en Autobús (Confebus), Rafael Barbadillo. "Vamos a ver si las ayudas son lo suficientemente amplias como para que ese impulso se produzca", dice.

> Los cambios requerirán ayudas públicas y consorcios público-privados

En cualquier caso, Barbadillo subraya que desde Confebus han estado "animando a las empresas del sector desde hace meses para que vayan haciendo sus planes de descarbonización y de digitalización, de modo que, cuando salgan las bases, todos puedan solicitar enseguida esas ayudas que son tan necesarias".

Y agrega que también están pendientes de la nueva Ley de Movilidad Sostenible, porque en España hace falta, insiste, una "verdadera política integral de transporte, que combine los diferentes medios (el aéreo, el ferrocarril y la carretera) y funcione como una auténtica red al servicio del ciudadano". El futuro pasa por ahí, concluye.

Una actividad estratégica

En 2019 la facturación global del transporte colectivo por carretera fue de 5.978 millones de euros, el 0,6% del PIB. También mantuvo 95.122 empleos y aportó a las arcas públicas 1.551 millones.

"El autobús es la columna vertebral de la movilidad sostenible, un servicio esencial y estratégico para la sociedad y la economía", aduce Francisco Iglesias, CEO de Alsa. "Supone el 50% de los desplazamientos colectivos, uniendo más de 8.000 núcleos de población diarios".

Dos autocares se cruzan en una autovía. GETTY IMAGES

www.fiatc.es

FIATC

5 LETRAS QUE DAN TRANQUILIDAD

FIATC SEGUROS

El transporte de carga, más conectado

LAS EMPRESAS, golpeadas por el Covid, piden dinero e incentivos fiscales para su transformación

GETTY IMAGES

Alejandro
GONZÁLEZ LUNA

La transformación de la logística y del transporte de mercancías ya estaba en marcha cuando empezó la pandemia, empujando al sector a dar sus primeros pasos hacia la descarbonización y la digitalización. Sin embargo, lo que se había proyectado como un proceso gradual, a medio plazo, se ha convertido en una necesidad inmediata a causa de la crisis.

"Las nuevas tendencias y los cambios en los hábitos de consumo durante el Covid-19 nos han obligado a acelerar la transición", señala Francisco Aranda, presidente de la patronal de logística y transporte Uno. "Pero esto implica hacer una gran inversión en muy poco tiempo, lo cual es un problema porque faltan recursos en las empresas".

Tras 15 meses afectados por la merma de actividad, el incremento de los kilómetros recorridos en vacío y los precios a la baja, el sector ha tenido que acudir a balones de oxígeno como los créditos ICO. "Aunque es cierto que el comercio electrónico ha ayudado durante este tiempo y que el consumo está creciendo, todavía estamos muy lejos de volver a la situación anterior al estado de alarma", afirma José María Quijano Riestra, secretario general de la Confederación Española de Transporte de Mercancías (CETM).

A la espera de los fondos europeos

Entonces, ¿cómo afrontarán las empresas los retos a los que se enfrentan? Las esperanzas están puestas, sobre todo, en una rápida reactivación de la economía y en la llegada de los fondos Next Generation EU.

Después de todo, se trata de una actividad que representa el 6% del PIB y que emplea a más de 800.000 trabajadores. "Podemos ser un jugador muy importante y protagonista en la economía circular", cree Francisco Aranda. Además, Quijano apunta que los transportistas han planteado la posibilidad de que se establezcan líneas de apoyo e incentivos fiscales para las empresas. "Esperamos que no se lleven a cabo las medidas anunciadas sobre la aplicación del pago por uso de las carreteras, el alza de los impuestos sobre el combustible o la eliminación progresiva del gasóleo", añade.

Retos y tendencias

El informe *Tendencias tecnológicas pos-Covid-19 en el sector logístico*, de la patronal Uno, identifica el reto de automatizar los procesos de las empresas (*smart supply chain*) como uno de los más importantes.

El cambio de hábitos de los consumidores convierte el desafío de crear una cadena de suministros sostenible y responsable (*green logistics*) en una necesidad a corto plazo, según el informe.

Un dato al que prestar atención es el del crecimiento del comercio electrónico, el 30% durante la pandemia. "Esta nueva tendencia se va a sostener en el tiempo", asegura Fernando Aranda, de Uno.

Los ejes de la transición

Los tres ejes de la transición del sector son, según Francisco Aranda, "digitalizar para automatizar procesos y prever el comportamiento de los consumidores, responder a la exigencia de sostenibilidad de la sociedad y formar a profesionales con estas nuevas capacidades".

Los fabricantes, por su parte, tienen claro por dónde van los tiros. "El futuro será eléctrico, también en larga distancia. Y las flotas necesitarán estar integradas digitalmente en todos los procesos de la logística", asegura Jaime Baquedano, director comercial de camiones y furgonetas de MAN Truck & Bus. "Eso sí", advierte, "nadie puede remar solo en esta transformación; hará falta crear entre todos las infraestructuras necesarias para hacerla posible".

Son creadores de Prosperidad.

En la vida hay personas que imaginan cómo construir un presente próspero y beneficioso para todos. Pero también hay otras personas muy especiales, grandes profesionales, que no solo lo imaginan, sino que hacen que suceda. Gracias a nuestros clientes trabajamos todos los días compartiendo el mismo **Espíritu Inconformista.**

A todos ellos, muchas gracias.

Logística inteligente para reducir emisiones

CORREOS dispone de una de las mayores flotas eléctricas del sector

Correos es una compañía que siempre ha apostado por la sostenibilidad; desde hace ya tiempo ofrece soluciones a través de sus productos y servicios que tratan de concienciar al consumidor del impacto que, por ejemplo, tienen los envíos urgentes en el medio ambiente, ofreciendo alternativas para que realice #EnvíosResponsables, e invita a reflexionar sobre la repercusión que tiene solicitar servicios urgentes. Muchas veces, mandar un solo paquete urgente supone movilizar un vehículo, mientras que un uso responsable del servicio de paquetería puede hacer que se optimicen las rutas para limitar las emisiones, puesto que la última milla, la parte final del trayecto, puede hacerse con uno de los vehículos eléctricos que conforman el parque de la empresa, una de las mayores flotas eléctricas del sector. Además, ya dispone de una red de última milla con la que se entregan 1.400 millones de envíos con cero emisiones.

Busca sacar partido a los algoritmos de planificación para limitar los viajes

Por otro lado, la compañía logística busca sacar partido a los algoritmos de planificación para reducir el número de viajes y apoyar a los carteros con herramientas de geolocalización. Para ello, participa activamente en proyectos de innovación.

Proyectos

El programa *Redondeo con impacto* lanzado por Correos a finales de 2019 ha alcanzado ya más de 800.000 donaciones para diferentes proyectos sociales y medioambientales. La red de oficinas ofrece a sus clientes la posibilidad de hacer una pequeña aportación económica cada vez que utilizan su tarjeta como medio de pago.

Arriba, entrega de un paquete. Abajo, cajas de la Línea Bosques.

La empresa llega a todos los rincones, incluso a las zonas más apartadas de la España vaciada, ayudando a quienes han decidido llevar una vida menos ajetreada y más sostenible. Apoya, así, a los pequeños productores y al comercio de proximidad con Correos Market, la plataforma que permite comprar productos artesanos y dar visibilidad a estos empresarios. Asimismo, presentó en marzo de este año sus embalajes y sobres sostenibles de la Línea Bosques, que promueve un consumo responsable y destina un porcentaje de su precio a proyectos para mitigar el cambio climático y favorecer la biodiversidad. Son completamente reciclables.

Cuenta también con un Plan de Responsabilidad Social Corporativa orientado a fomentar y desarrollar proyectos en materia de diversidad, integración, educación, salud y medio ambiente. Sus objetivos son alcanzar la neutralidad total en emisiones de CO_2; promover la circularidad para ser una empresa que genere residuo cero antes de 2030; impulsar la movilidad inteligente para que el 50% de su flota utilice tecnologías alternativas, y generar valor local, aumentando la diversidad de productos sostenibles en la plataforma de venta online Correos Market y en las oficinas.

Securitas
See a different world
Ochenta años manteniendo a la gente segura han agudizado nuestra vista para ver más que la mayoría.
Y cuando protegemos a las personas, las instalaciones y los activos, nuestra experiencia nos ayuda a detectar lo que otros pasan por alto.
Porque vemos lo que realmente importa. Vemos a quién ayudamos realmente. Vemos cómo puede ser la vida cuando el mundo se siente seguro.
securitas.es

Todas las miradas se dirigen al tren

Avlo, el servicio de alta velocidad y bajo coste de Renfe.

EL FERROCARRIL es una respuesta limpia a los problemas de movilidad, neutralidad climática, eficiencia energética, resistencia a las crisis y vertebración de los territorios

Marce
REDONDO ROMERO

El transporte representa el 27% de las emisiones de gases de efecto invernadero de la Unión Europea. Conseguir el objetivo del Pacto Verde Europeo de neutralidad climática para 2050 implica reducir las emisiones de esta actividad en un 90%. Y el ferrocarril, que emite una décima parte de CO_2 per cápita que los viajes equivalentes por carretera o por avión, es una respuesta sostenible a los problemas de movilidad, neutralidad climática, eficiencia energética, resistencia a las crisis y vertebración de los territorios.

El tren es responsable de menos del 0,5% de las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al transporte; se trata, por tanto, de una de las formas más limpias de trasladar pasajeros y mercancías. Entre otros beneficios, el ferrocarril es excepcionalmente seguro y conecta a personas y empresas de toda la Unión a través de la Red Transeuropea de Transporte. Sin embargo, y a pesar de sus ventajas, solo el 7% de los pasajeros y el 11% de las mercancías, aproximadamente, viajan en ferrocarril.

La pandemia también le ha pasado factura, ya que ha perdido 26.000 millones de euros en ingresos en los países comunitarios debido a las restricciones de movilidad en el continente, según datos de la Comunidad de Empresas Europeas de Infraestructuras y Ferrocarriles (CER), que representa a las principales operadoras de Europa.

El 1 de enero de 2021 marcó el inicio del Año Europeo del Ferrocarril, una iniciativa que la Comisión Europea puso en marcha con el fin de destacar los beneficios de uno de los medios de transporte motorizados más antiguo y que, paradójicamente, es considerado en pleno siglo XXI como el futuro de la movilidad en Europa, el más sostenible, inteligente y seguro.

La UE quiere fomentar su uso, tanto por parte de los ciudadanos como de las empresas, y contribuir al objetivo del Pacto Verde Europeo de alcanzar la neutralidad climática de aquí a 2050. El objetivo es reducir significativamente las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación procedente del transporte de la Unión. La iniciativa también supone un importante avance hacia la consecución del espacio ferroviario europeo único, es decir, una red ferroviaria más eficiente y, por tanto, con una movilidad transfronteriza ininterrumpida.

Renfe es el primer consumidor final de energía renovable eléctrica de España. La empresa promueve la compra y producción de energías verdes tanto en sus instalaciones como en sus trenes. En los últimos años la compañía ha reducido un 90% su huella de carbono.

En España, la entrada de la competencia en el transporte de viajeros ferroviarios promete revolucionar la movilidad y, a la vez, ser

En pleno siglo XXI es considerado como el futuro de la movilidad en Europa

0,5%

de las emisiones de gases de efecto invernadero se asocian al transporte en tren.

7%

de los pasajeros utilizan el ferrocarril en Europa, a pesar de sus ventajas.

Mayor oferta en frecuencias y en precios

La llegada de la francesa SNCF, con su servicio de bajo coste Ouigo, y la irrupción de la italiana ILSA para rivalizar con Renfe en la alta velocidad puede poner en jaque al transporte aéreo en las rutas domésticas, además de eliminar de las carreteras miles de vehículos y romper el monopolio histórico de Renfe. Precisamente, el pasado mes de mayo tuvo lugar el estreno comercial de Ouigo, con vehículos de doble piso. Los viajeros pagan desde 9 euros hasta 79 euros por trayecto, dependiendo del día y la ocupación, con cinco servicios de ida y vuelta diarios entre Madrid y Barcelona y con parada en Zaragoza y Tarragona.

En junio entró también en juego Avlo, el AVE de bajo coste de Renfe, y para el próximo año tiene previsto hacerlo ILSA, el tren de alta velocidad apadrinado por los italianos de Trenitalia.

Estreno comercial de la francesa Ouigo.

un revulsivo para la economía por el nivel de inversión necesaria. La adaptación de la infraestructura requiere aún cerca de 2.000 millones, mientras que las tres operadoras en liza han puesto sobre la mesa un total de 1.800 millones para desarrollar sus ofertas comerciales.

Adif y Adif Alta Velocidad han presentado un conjunto de contratos y proyectos susceptibles de optar a fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE, y que forman parte del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que España presentó a Bruselas el pasado 30 de abril. Si bien aún no existe un listado definitivo de los contratos y proyectos que puedan recibir estos fondos, entre las obras recientemente licitadas o adjudicadas por parte de Adif y Adif Alta Velocidad figuran algunas susceptibles de contar con esta financiación europea por cumplir con las características (movilidad sostenible y cohesión social y territorial) y plazos fijados.

Antes de la pandemia y de la apertura de este nuevo mercado, el AVE ya dominaba frente al modo de transporte aéreo en los corredores de mayor demanda, como el de Madrid-Barcelona, con cuotas de mercado superiores al 70%. En ese trayecto, cuatro millones de viajeros optan cada año por el tren de alta velocidad de Renfe; otros cuatro millones viajan por carretera y dos millones lo hacen en avión, fundamentalmente, en el puente aéreo.

Puesta a punto para atraer a nuevos viajeros

Uno de los proyectos estrella en el marco de la liberalización por volumen de inversión es la remodelación de la estación madrileña de Chamartín, con 809 millones de euros presupuestados. También en Madrid está finalizado el túnel Atocha-Chamartín (330 millones) y está por arrancar la segunda fase de la ampliación de Puerta de Atocha, con 494 millones para la estación pasante.

La otra gran obra es la estación barcelonesa de La Sagrera. La actuación en su totalidad, excluido el sector Sant Andreu, asciende a 710 millones de euros, de los que se han ejecutado unos 250 millones.Renfe prevé invertir unos 1.000 millones de euros para adaptarse a la liberalización.

Según encuestas recientes realizadas por la operadora, el 85% de los viajeros afirma que ha dejado de viajar por motivos de incertidumbre (cierres perimetrales, toques de queda y otras medidas). Desde que apareció la pandemia, Renfe está haciendo especial hincapié en ofrecer la máxima tranquilidad al viajero en cuanto a higiene, limpieza y seguridad. Por ejemplo, el nuevo servicio Avlo arranca con las certificaciones más exigentes en materia de sanidad, desinfección y limpieza. Los trenes disponen de protocolos certificados por Aenor y por SGS, empresa líder en inspección, verificación, ensayos y certificación, lo que supone una garantía adicional para los viajeros.

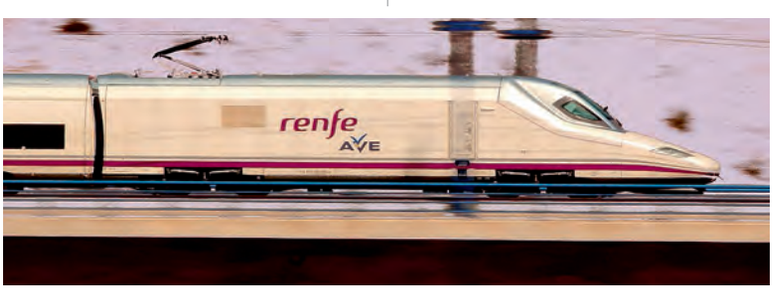
Locomotora de la electrificación

LA COMPAÑÍA ferroviaria está comprometida con la reducción de la contaminación

Su apuesta por la sostenibilidad es completa. Renfe no solo trabaja para hacer más eficientes sus servicios, sino también para convertirse en el centro de una cadena logística y un sistema de movilidad más sostenibles.

Es una de las empresas de transporte colectivo que menos contamina. Esto es una suerte, pero también una responsabilidad: "Por eso, trabajamos cada día para multiplicar esa ventaja hasta el máximo, desde todos los ámbitos. El resultado de ese trabajo se llama sostenibilidad y para nosotros es la prioridad. Al futuro, sin duda, se viaja en tren".

Una de las claves del transporte es la conducción eficiente, una máxima de los 5.200 maquinistas que supone un ahorro en los consumos del 30%. La utilización del freno regenerativo permite que algunos trenes devuelvan a la red entre un 6% y un 10% de la energía en Alta Velocidad y hasta un 40% en Cercanías. La otra clave son los trenes. Renfe ha realizado la renovación de su flota primando maximizar el rendimiento con el mínimo consumo energético. Los trenes incorporan sistemas de conducción eficiente integrados en los modos automáticos.



Plataforma

Con la plataforma de movilidad integral *Renfe as a Service* (RaaS), Renfe prevé atraer al tren a un mínimo de 650.000 nuevos clientes que van a generar 1,8 millones de nuevos viajes en cinco años, incrementando entre un 3% y un 4% las ventas de billetes en los principales corredores.

***RaaS* es una herramienta digital que va a ofrecer una solución integral de movilidad, permitiendo planificar viajes, desde que el cliente sale de su casa hasta que llega a su destino, y reservar servicios adicionales.**

Además, la compañía se ha unido a Adif y Adif Alta Velocidad para impulsar el Plan Director de Lucha contra el Cambio Climático, estructurado en cuatro líneas estratégicas: gestión de la energía, eficiencia energética, descarbonización y cultura, que Renfe resume en un gran compromiso: reducir 9,9 millones de toneladas de CO_2 en 2030 y ahorrar más de 250 millones de euros en costes externos.

Renfe lleva muchos años trabajando para limitar sus emisiones hasta el mínimo posible en su operativa diaria. La operadora ha reducido su huella de carbono por unidad transportada un 88% desde 1990. El tren es el modo de transporte de viajeros y de mercancías más eficiente en términos de consumo de energía y de emisiones de CO_2. Si tenemos en cuenta que tanto en España como en el resto de Europa el sector transporte es el principal causante de emisiones, elegir el tren es, por tanto, una de las mejores decisiones en la lucha contra el cambio climático.

Dando energía **a tu futuro**

En Redexis estamos comprometidos con el desarrollo económico, la eficiencia energética y el respeto al medioambiente.

Nos dedicamos a la construcción y operación de modernas redes de transporte y distribución de gas natural, **capaces de impulsar una energía limpia, eficiente y sostenible.**

El gas natural es una energía que genera ahorros y confort a las familias y dota de competitividad a negocios e industrias.

Redexis

Descubre hoy todo lo que ganas con el gas natural, llama a Redexis: 900 811 339
www.redexis.es

Más capacidad para atender la demanda

PUERTOS Y AEROPUERTOS esperan una mejora gradual del tráfico de pasajeros y mercancías

FOTOS: GETTY IMAGES

Beatriz
PÉREZ GALDÓN

La recuperación llegará por tierra, mar y aire. Las actividades económicas que necesitan estas vías para el transporte de mercancías o de personas han tenido un impacto de la pandemia importante, aunque desigual, y afrontan el futuro más inmediato esperanzados, pero con cautela.

En el caso de los aeropuertos, por ejemplo, las previsiones de tráfico de los principales organismos aeronáuticos coinciden en que hasta el periodo 2024-2027 no se alcanzarán los niveles prepandemia. Maurici Lucena, presidente de Aena, reconoció en la junta de accionistas celebrada el pasado abril que persisten numerosos interrogantes que obligan a continuar siendo muy cautos en las previsiones para los próximos meses, aunque por otra parte afirmó que existen fundadas señales de que "nos acercamos al principio del fin de la grave situación generada por el virus en el sector aéreo". "Una de nuestras prioridades desde el inicio de la crisis sanitaria ha sido, y sigue siendo, colaborar y cooperar estrechamente con todos los agentes involucrados en la cadena de valor del sector del transporte aéreo y el turismo para revertir una situación como la actual, buscando soluciones que beneficien a todas las partes y preservando siempre el interés social de Aena", dijo Lucena.

El informe publicado por OBS Business School y dirigido por el profesor Ralph Michaud, *La industria aérea en tiempos de pandemia*, señala que las primeras aerolíneas que podrían volver a ser rentables a nivel mundial serán las *low cost*, que han demostrado capacidad para reducir costes y ser flexibles en el tamaño de las flotas. El estudio también recoge que la capacidad de carga aumentó el 20% en 2020, operando más vuelos o incorporando más aviones por el auge del comercio electrónico y el flujo de medicinas y equipos sanitarios. Uno de los grandes retos, en este sentido, será encontrar capacidad suficiente para la carga y cómo afectará a esta la recuperación de la demanda de pasajeros.

El transporte de mercancías también ha sido un eje de la actividad para los puertos españoles. Hasta abril registraron un movimiento de 174,75 millones de toneladas, prácticamente igual al contabilizado en el mismo periodo de 2020. En cuanto a pasajeros (personas embarcadas en cruceros y líneas regulares), "comienza a vislumbrarse una progresiva recuperación", explican desde Puertos del Estado.

El organismo espera que el segundo semestre haya un crecimiento significativo y "real" en todas las áreas de actividad. Los puertos españoles están pasando por un proceso de crecimiento y transformación que los sitúa entre los más punteros del mundo en cuanto a infraestructuras. El atasco en el canal de Suez provocado por el buque Ever Given, que encalló el pasado marzo, se solventó sin problemas.

Preparados para el nuevo entorno

Clima. Aena acaba de aprobar el Plan de Acción Climática de Aena 2021-2030. El objetivo es alcanzar la neutralidad de carbono en 2026 y una reducción de las emisiones del 94% por pasajero en 2030. La inversión prevista es de 550 millones.

Puertos 4.0. Puertos del Estado y diversas autoridades presentaron en 2019 el fondo de capital Ports 4.0 para promover e incorporar activamente la innovación en el sector. La idea es fomentar la competitividad, la eficiencia y la sostenibilidad para la transición hacia la economía 4.0.

“Los fondos UE, oportunidad para los puertos”

Puertos del Estado

ENTREVISTA **FRANCISCO TOLEDO** / Presidente de Puertos del Estado

Marce
REDONDO ROMERO

Los fondos Next Generation son una gran oportunidad para el sector logístico-portuario, ya que permitirán trazar la línea de los puertos del futuro, afirma Francisco Toledo: “Las inversiones públicas irán destinadas a sostenibilidad ambiental”.

P. ¿Qué retos tienen los puertos del Estado en digitalización?
R. La digitalización es una apuesta irrenunciable para los puertos. Por ello, el nuevo Marco Estratégico incluye un apartado dedicado a la administración portuaria electrónica que permitirá que en 2030 los puertos sean administraciones plenamente digitales, y que dispongan de plataformas digitales que faciliten el flujo y la gestión de datos, proporcionando una info-estructura común a los agentes de la comunidad portuaria, y entre estos y sus clientes.

P. ¿Piensan postular a fondos Next Generation EU y en qué planean invertirlos?
R. Los fondos Next Generation son una gran oportunidad para el sector. Estamos trabajando con la iniciativa privada para incentivar y promover proyectos relacionados con la eficiencia, conectividad, digitalización, innovación, sostenibilidad y transparencia. Por otro lado, las inversiones públicas irán destinadas a sostenibilidad ambiental, incluyendo las inversiones ferroviarias.

P. ¿Cómo serán las infraestructuras portuarias 4.0?

> El compromiso con el medio ambiente y la digitalización es rotundo

R. Serán infraestructuras donde la dimensión digital estará desarrollada al máximo, sostenibles y comprometidas con su entorno. El respeto y la preservación del medio ambiente y la integración puerto-ciudad, entendida como el compromiso que ambos deben adquirir para un desarrollo ordenado y provechoso, serán el sello distintivo de los puertos españoles.

P. ¿Qué inversiones se van llevar a cabo en los próximos años?
R. Hemos aprobado un paquete de inversiones que superará los 4.000 millones de euros hasta 2024, a los que se añadirán otros 4.000 millones de euros más de la iniciativa privada. Todas las Autoridades Portuarias se verán beneficiadas de ese plan de inversiones. Pero quiero destacar que buena parte de esas inversiones, más de 800 millones de euros, irán destinadas a conseguir la plena conectividad de los puertos con las redes ferroviarias.

P. ¿Cómo avanzan los planes de descarbonización?
R. El Marco Estratégico del Sistema Portuario tiene como uno de sus objetivos de gestión la contribución a la mitigación del cambio climático, actuando para reducir la huella de carbono de los puertos mediante proyectos de eficiencia energética y autoconsumo, y en el conjunto de cadenas logísticas que tienen origen o destino en puertos. Para lograr este objetivo los puertos están trabajando para garantizar el suministro de combustibles alternativos.

Flujo normal tras el Brexit

- **Pregunta. ¿Han mejorados las medidas aduaneras el papeleo, por ejemplo, tras el Brexit?**
- **Respuesta.** Meses antes de que se produjera el Brexit, los puertos españoles que tenían conexiones directas con el Reino Unido, particularmente Bilbao y Santander, ya estaban trabajando en la adecuación de las instalaciones que se deberían modificar una vez fuera efectivo el Brexit, y se organizaron simulacros en colaboración con el resto de organismos implicados, básicamente Sanidad, la AEAT e Interior. Los dispositivos implementados han sido efectivos, y el flujo de tráfico de mercancías se desarrolla con normalidad.

Volar en modo supervivencia

LA RECUPERACIÓN mira al verano: se operarán el 80% de las rutas y el 60% de los vuelos

Inma
MOSCARDÓ ROCA

El cierre de fronteras, las restricciones a la movilidad y las olas pandémicas han provocado el mayor desastre de la historia de la aviación, con pérdidas globales de 90.000 millones de euros, tras cumplirse, en 2020, el peor de los escenarios, según la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo). 2021 solo puede ser mejor y las compañías remontan el vuelo. Recuperan rutas y conectividades, estrenan destinos estacionales y lanzan ofertas para captar pasajeros, pero no será hasta 2024 cuando se recuperen los niveles prepandémicos.

En España, las expectativas están puestas en el verano. Las conexiones aumentarán el 46% respecto al año pasado y se operarán el 80% de las rutas abiertas antes del Covid-19, aunque el número de vuelos solo alcanzará el 60%: en total, 1.200 destinos para elegir, 376 rutas más que en el verano de 2020, pero aún lejos de las 1.500 operadas en 2019, según las previsiones de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA).

El presidente de ALA, Javier Gándara, precisa que las compañías han puesto el acento "más en la conectividad que en la frecuencia de vuelos, para que la primera se vea afectada lo menos posible". En su opinión, el sector "todavía está en modo supervivencia. Este verano esperamos que esta reactivación, aunque lenta, sea constante". Independientemente del modelo de negocio, el impacto de la crisis sobre las aerolíneas "ha sido brutal por el parón total durante los tres meses de confinamiento en 2020, cuando solo se operaron el 5% de los vuelos".

Para afrontar la crisis, las aerolíneas han tirado de créditos ICO y ayudas de la SEPI como la inyección de liquidez necesaria para encarar el parón de tener la flota en tierra, y de las reestructuraciones, además de los ERTE (suspensión temporal de empleo), que se han "revelado como una herramienta fundamental de flexibilidad para la supervivencia de las compañías", señala Gándara.

Las compañías rescatan esta temporada 1.200 destinos en España

La descarbonización y los biocombustibles son dos grandes desafíos que enfrenta la aviación, que genera el 3% de las emisiones globales. Gándara reconoce que se trata de "un reto a largo plazo y difícil", pero que el sector ha asumido "trabajando en proyectos muy ambiciosos, como los combustibles alternativos al queroseno, ya disponibles, pero que todavía no se producen a escala suficiente". El empujón definitivo podría venir de la mano de los fondos Next Generation EU.

Despegue de un avión al atardecer.
GETTY IMAGES

El mercado doméstico y las vacaciones, lo primero

La recuperación del tráfico aéreo comercial ha llegado primero al mercado doméstico y después, a las rutas de medio radio, mientras que tardará un poco más en llegar a las de larga distancia.

Por segmentos y motivaciones de vuelo, el mercado que se está reactivando antes es el vacacional, visitas a familiares y amigos y, por último, viajes de negocios, a los que les cuesta más remontar.

La ocupación de los vuelos también se sigue resistiendo y está por debajo del 60%. Antes de la pandemia, los aviones despegaban con una tasa de entre el 80% y el 85% de las plazas bloqueadas.

OTIS

Imagine un ascensor que cambie el futuro

Presentamos Gen360, la nueva solución digital de transporte vertical de Otis. Gen360 reúne las últimas tecnologías en una solución integral para maximizar la eficiencia y el tiempo de disponibilidad. Gen360 supera los límites del diseño. Gen360 lleva la seguridad a otro nivel gracias al diagnóstico e intervención en remoto. Gen360 ofrece un servicio al cliente excepcional y unas funcionalidades de última generación. Gen360 está diseñado para usted. **www.otis.com**

Gen360™ COMPLETAMENTE REINVENTADO

901 24 00 24

Gen360 es una marca comercial de Otis Elevator Company

El 'hub' de Madrid, clave para el despegue

LA AEROLÍNEA apuesta por una mayor conectividad y por potenciar el tráfico de carga de la T4

Flota de Iberia.

Tras las fuertes turbulencias que el Covid ha provocado en el sector aéreo, es el momento de emprender el camino hacia la recuperación y mejorar la competitividad. El desarrollo del *hub* de Madrid es clave para la una y para la otra, según el plan estratégico Next Chapter de Iberia. Este hace hincapié en que el nuevo centro de operaciones permitiría recuperar la conectividad y reposicionar la T4 frente a otros grandes *hubs* europeos como un operador más fuerte, impulsando el negocio de carga, y la mejora de la intermodalidad con la llegada del AVE a la T4. El arribo del tren de alta velocidad a Barajas le permitiría capturar, de entrada, 500.000 pasajeros al año.

Este es "un paso imprescindible para incrementar las conexiones con Asia y transformar el modelo de turismo en España hacia otro de más calidad", señalan fuentes de la aerolínea. Un modelo con una oferta diversa, desestacionalizada y sostenible, no solo desde el punto de vista medioambiental, sino también para crear una industria más robusta con empresas más profesionalizadas.

La transformación permitirá captar nuevos mercados y un turismo de calidad y de mayor poder adquisitivo para el cual el transporte aéreo juega un papel clave. Más del 80% de los turistas que llegan a España lo hacen en avión.

El proyecto de Iberia ha sido presentado al Plan Europeo de Recuperación, Transformación y Resiliencia y uno de sus retos es el de la Cohesión Territorial, apostando por la multimodalidad, construyendo nuevas infraestructuras y obteniendo el máximo rendimiento de las inversiones que se han acometido en los últimos años, para incrementar la competitividad de Madrid y consolidarse como la puerta de entrada a Europa para América Latina.

Este proyecto estratégico opta a la financiación de los fondos europeos

Los fondos europeos servirían para conectar el AVE con la T4 de Madrid-Barajas, lo que además permitiría ahorrar 112 kt (kilotoneladas) por año de CO_2 y un mejor aprovechamiento de la inversión en el AVE que ha situado a España a la cabeza de Europa en alta velocidad. Esto supondría, además, mejorar la experiencia del cliente, integrando servicios y ofreciendo más destinos, y minimizar la fuga de pasajeros internacionales con conexión hacia *hubs* extranjeros.

La multimodalidad necesita también del desarrollo de una nueva infraestructura que integre vehículos eléctricos y/o autónomos, toda la red de transportes públicos con los principales centros de conexión para pasajeros y para carga, que se percibe como uno de los negocios con mayor potencial.

Mercancías

Iberia apuesta por una nueva terminal de carga en Barajas, que reforzaría a Madrid como *hub* internacional de mercancías, al nivel de otros como Fráncfort, Londres, Ámsterdam o Estambul, potenciaría el tráfico de mercancías entre Asia y América Latina y se financiaría con los fondos europeos. Para maximizar esta multimodalidad, sería necesario, además, mejorar la conectividad del aeropuerto con el puerto de Barcelona y los diferentes centros logísticos.

caser
seguros
Sabemos que cada año trae nuevos retos.
Por eso, seguimos innovando para que la vida de nuestros clientes sea más fácil.
TU VIDA | TU SALUD | TU HOGAR | TU AUTO | TUS PENSIONES | TU EMPRESA
902 011 111 | CASER.ES

Los réditos de invertir en I+D

TEDAE, la patronal del sector, pide más colaboración público-privada para impulsar la recuperación

Inma
MOSCARDÓ ROCA

La industria española de defensa, seguridad, aeronáutica y espacio es un sector clave y estratégico. Sus cifras de facturación y empleo no han dejado de crecer y de anotar récords en los últimos años y lidera también la inversión en investigación y desarrollo (I+D) en España.

El informe de KPMG sobre el impacto socioeconómico en los sectores que agrupa Tedae, la Asociación de Empresas Tecnológicas de Defensa, Seguridad, Aeronáutica y Espacio, pone de manifiesto que estas industrias fueron responsables en 2019 –últimos datos disponibles– del 13,4% de toda la innovación realizada en España, alcanzaron una facturación de 14.100 millones de euros (el 1,7% del PIB) y emplearon a 210.000 personas. Una tendencia que, "a pesar de la pandemia, esperamos se mantenga o sea más favorable en los próximos años", augura Ricardo Martí Fluxá, presidente de Tedae, aunque es consciente de que "solos no podemos conseguir este objetivo" y de que "para ocupar un lugar protagonista en el proceso de recuperación económica necesitamos avanzar en los modelos de colaboración público-privada".

Fluxá recuerda que antes de la crisis el sector vivía un momento de "máxima actividad, tanto en pedidos de aviones como en ritmo de producción de nuestras empresas, y esto, irremediablemente, ha significado un exceso de capacidad en el mercado y una creciente presión de costes". Una circunstancia que ha obligado a las compañías a realizar "un enorme esfuerzo para adaptarse al nuevo tamaño del mercado, con especial foco en la innovación, la digitalización y la sostenibilidad".

1.128 millones

En 2019, las empresas de defensa, aeronáutica, espacio y seguridad dedicaron el 8% de su facturación, unos 1.128 millones de euros, a actividades de I+D+i, siendo líderes en innovación.

La aeronáutica civil ha sido, según los expertos de Tedae, la industria global más afectada en el mundo, ya que en el año 2020 redujo su actividad por encima del 40% y no se prevé una recuperación a niveles pre-Covid al menos hasta 2026. "Ha sido un año muy complicado en el que no pudimos evitar que el crecimiento que teníamos en los últimos años se detuviera por completo", reitera Fluxá. La demanda en los mercados del resto de sectores que representa Tedae (espacial, defensa y seguridad) "no se ha visto tan afectada como en la aviación civil, lo que les ha permitido resistir algo mejor estos meses de tanta incertidumbre", puntualiza.

A pesar del varapalo, el sector confía en actuar como verdadera palanca de la recuperación y pone el acento en los importantes proyectos que las empresas asociadas a Tedae han presentado en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que "ayudará a la reestructuración de la industria". No obstante, Fluxá considera que también "es necesario disponer de medidas y herramientas específicas para el desarrollo de los sectores aeronáutico, espacial y de defensa y seguridad, por sus singularidades y por el papel tan relevante que tienen para España". Demanda, además, planes sectoriales a largo plazo para consolidar la excelencia tecnológica, avanzando en la digitalización de las empresas y que posibiliten el desarrollo de las tecnologías del futuro, y otras medidas que permitan a las compañías superar los complicados momentos de solvencia.

Fábrica de mantenimiento de aviones. GETTY IMAGES

Espacio, defensa y seguridad han resistido mejor la incertidumbre

Para llegar a lo más alto hay que mirar más arriba

Ser los primeros una vez más significa que lo estamos haciendo bien. Seguimos siendo el banco con los clientes más satisfechos de la banca española*.

Pero también sabemos que ser primeros es un reto constante. Debemos seguir trabajando para hacerlo aún mejor, porque es lo que merecen nuestros clientes. Clientes a los que acompañamos durante todo el Ciclo Financiero de la Vida, para que tomen las mejores decisiones.

Gracias a todos nuestros clientes por confirmar un año más que otra manera de hacer banca es posible. Y a los que lo han hecho realidad: nuestros Family Bankers® y empleados.

Además, de nuevo somos **los primeros en valores de relación que incluye atributos como la transparencia, confianza y personalización**, con una puntuación de 8,23 (media del sector: 6,76). **También los primeros en imagen de marca, combinación de la solidez, solvencia, modernidad y compromiso social**, con 8,27 (media del sector: 7,45). Y así hasta en ocho categorías*.

*Según el estudio Benchmarking de Satisfacción de Clientes 2020, realizado por la consultora independiente Stiga que analiza las principales entidades bancarias en España. Family Banker® es una marca registrada de Banca Mediolanum S.p.A

BANCO mediolanum

¿Cuáles son tus metas?

Crear reservas estratégicas

LA NECESIDAD de no depender de terceros para la gestión de ciertos productos es fundamental tras la crisis del Covid

Gabriele
FERLUGA BASTIANI

Los desafíos a los que la industria tiene que hacer frente en el medio plazo no han cambiado tras la irrupción de la pandemia. Descarbonización, digitalización y economía circular encabezan el listado de las grandes tareas por acabar en esta década. A ellas, sin embargo, se añade otra, que es el resultado de los estragos provocados por el Covid: la creación de reservas estratégicas nacionales o, por lo menos, continentales.

"Antes de la emergencia sanitaria, el hecho de que los países externalizaran su producción se veía como una señal de desarrollo, pero la crisis ha demostrado la enorme importancia de tener capacidades productivas propias en cadenas de valor críticas, que nos aseguren un mínimo de suministro, en especial, a nivel europeo", destaca el decano de la Escuela de Organización Industrial (EOI), Sergio Jiménez de Ochoa.

Un objetivo en el que coincide el director general de la Federación Empresarial de la Industria Química Española (Feique), Juan Antonio Labat, para quien "hay que diseñar mecanismos flexibles de gestión de algunos materiales para no depender de terceros". Mientras tanto, en sus palabras, "la industria química está innovando en la eficiencia energética, la electrificación o los procesos de baja emisión, incluyendo la captura y uso del CO_2 como materia prima o la fotosíntesis artificial".

Rollo de papel reciclado. Arriba, instalación siderúrgica.

Descarbonización, digitalización y economía circular son las grandes tareas para la década

Pero toda la industria se transforma. La papelera, por ejemplo, está acometiendo "un plan de inversión a tres años por 1.396 millones de euros repartidos en unos 180 proyectos de medio centenar de empresas", explica el director general de la Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (Aspapel), Carlos Reinoso. "Por cada euro de los fondos europeos invertiremos cinco euros más" para, entre otras muchas actuaciones, "reducir la huella ambiental y valorizar los residuos generados en el proceso", añade.

Y si la sostenibilidad sigue siendo una estrategia fundamental, el director general de la Asociación de las Empresas Productoras de Acero (Unesid), Andrés Barceló, subraya la importancia de que el entorno regulatorio acompañe. "Un vector energético sin emisiones alternativo es el hidrógeno, pero es diez veces más caro que el gas, por lo que, si no se arregla, será inviable", zanja.

Buenos datos

- **El índice** de gerentes de compras de la industria manufacturera, que mide su actividad, llegó en el mes de abril a los 57,7 puntos, su mayor nivel desde diciembre del año 1999, según la consultora IHS Markit. Por encima de 50 puntos, se considera que el sector está creciendo.
- **"Superar el** 1,25% de inversión del PIB en I+D y que todos los perfiles profesionales cuenten con formación en competencias digitales" son dos de los preceptos que el decano de la EOI, Sergio Jiménez de Ochoa, considera "absolutamente necesarios para lograr la recuperación económica en el medio y largo plazo".

El poder transformador de la industria naval

SECTOR PÚBLICO, empresas e instituciones colaboran para llevar el negocio a la digitalización verde

La actividad de Navantia, así como su carácter de empresa pública con socios de primer nivel en el sector privado, coloca al líder del sector naval en una posición privilegiada para la modernización del ecosistema industrial. La empresa, comprometida con el Plan España Puede, ha presentado 42 propuestas para el plan de recuperación, y además participa en el programa específico denominado PERTE Naval. El objetivo es generar un efecto arrastre diferencial sobre la economía y sociedad españolas.

El Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica o PERTE Naval forma parte del área industrial del Plan de Recuperación. Su objetivo es mantener la soberanía industrial y transformar la cadena de valor del sector, y para ello Navantia trabaja con Pymar (órgano de gestión del sector de la construcción naval privada española) y Siemens, en calidad de socio tecnológico. Más de 100 entidades de la cadena de valor naval se han mostrado interesadas en el proyecto, incluyendo astilleros, industrias auxiliares, proveedores de equipos, servicios y tecnología, universidades y centros de investigación. Estas entidades están repartidas en 15 provincias y más del 50% de las empresas son pymes. Los proyectos se estructuran en tres ejes con el objetivo de optimizar el modelo de negocio: Digitalización, Sostenibilidad (ecodiseño y astilleros de residuos cero) y Capacitación de las Personas.

En cuanto a los 42 proyectos del plan de recuperación, en los que Navantia participa, sus líneas de actuación son: energía eólica marina, combustibles limpios, sostenibilidad en entornos marinos y transformación digital del sector naval.

En eólica marina, Navantia está impulsando alianzas para el desarrollo de parques eólicos marinos basados en tecnología flotante. Así, apuesta por crear un polo tecnológico que duplique la capacidad de fabricación de subestructuras. En paralelo, quiere desarrollar nuevos parques dentro del ecosistema español de energía eólica, así como desarrollar centros de excelencia y soluciones de mantenimiento en el sector.

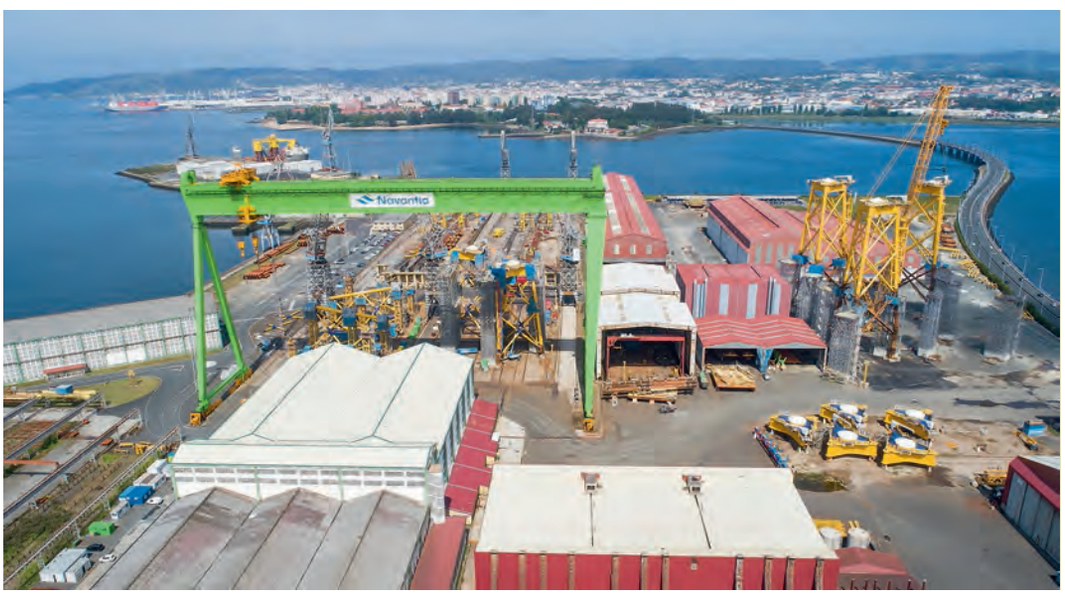
Navantia apuesta por el hidrógeno en varios puntos de la cadena de valor: generación de hidrógeno verde en plantas modulares terrestres y marinas, impulso de esta forma de energía como combustible alternativo en la industria naval y desarrollo de una red de puntos de distribución y repostaje de hidrógeno son los proyectos de la empresa en este terreno.

Igualmente, propone apoyar la transición verde aplicando criterios de sostenibilidad en las operaciones, productos y servicios, ya desde su concepción. Y ha presentado, también, proyectos transformadores del modelo productivo naval, mediante tecnologías 4.0 de aplicación dual, y la digitalización de operaciones.

A la cabeza

Navantia lidera el sector naval en España, aportando 4.000 empleos directos y 26.000 indirectos. Tiene una cartera de pedidos de 8.000 millones y aporta 1.200 millones al PIB cada año. En 2020 ha dedicado 58 millones de euros a desarrollo e I+D, un 5,5% de sus ingresos.

Más de 100 entidades participan junto a Navantia en el PERTE Naval



Vista de uno de los astilleros de Navantia.

Reacondicionar y reutilizar la propia maquinaria

EN JULIO, GAM empezará a construir su Centro de Refabricación, ejemplo de economía circular

Marta
YOLDI DÍAZ-GUERRA

La apuesta por la sostenibilidad fijada en el plan estratégico de GAM va a dar un gran paso adelante a partir de julio. Esta multinacional española de origen asturiano, que ofrece a sus clientes soluciones integrales relacionadas con la maquinaria, comenzará en breve a construir el llamado Centro de Refabricación, una planta para desballestar los equipos provenientes de sus clientes, alquiladores, fabricantes y aseguradoras mediante procesos limpios. De esta forma, se podrán reutilizar los componentes de dichos equipos (motores, baterías, etc.) y volver a introducirlos en el mercado de manera certificada, así como reciclar los subproductos de utilidad (hierro, plomo, caucho o aluminio) en otras industrias. Además, en este centro se realizará el reacondicionamiento integral de maquinaria con certificación (refabricación) y habrá una planta de gestión de vertidos inertes no contaminantes.

Ana Jorge, directora de estrategia y transformación de GAM, comenta que "somos muy conscientes de nuestra responsabilidad como uno de los principales actores del sector de la maquinaria en España y fuera de nuestras fronteras. Estamos desarrollando un proyecto de economía circular de la maquinaria, que consiste en crear un modelo más limpio y circular, con una visión a largo plazo donde la reutilización, el reacondicionado y el remanufacturado de maquinaria cierren el ciclo de vida de la máquina".

El Centro de Refabricación se ubicará en Villacé (León), zona "que ha visto mermada su actividad económica en los últimos años y que está siendo afectada por la despoblación", explica la directiva. La planta prevé alcanzar los 100 puestos de trabajo en cinco años. Para este proyecto, GAM cuenta con el apoyo de algunas de las principales organizaciones del sector.

En el campo de la movilidad sostenible, la empresa cuenta con una filial, Inquieto Moving Attitude, lanzada en septiembre de 2020 y que supone una solución para abordar los retos de la última milla. Esta compañía gestiona una gama completa de vehículos de reparto alternativos y de cero emisiones, así como *hubs* de almacenamiento móvil.

Asimismo, como complemento, desde junio de 2021 funciona la Escuela de Riders de GAM. Se trata de formar a trabajadores con un programa teórico y práctico para el manejo con destreza de los distintos tipos de vehículos de reparto del último trayecto de distribución final.

Inquieto Moving Attitude gestiona vehículos de reparto con cero emisiones

100

puestos de trabajo son los que GAM prevé crear en cinco años en el Centro de Refabricación.

85

es el número de medidas de las que consta GAM Digital para innovar negocios y mejorar procesos.

La empresa está inmersa también en un plan de sostenibilidad a dos años de la mano de EIT Innoenergy, ecosistema europeo que tiene como objeto fomentar la innovación y proponer modelos de sostenibilidad para conseguir la transición energética y la plena descarbonización.

La segunda gran apuesta del plan estratégico de GAM es la digitalización. A principios de este año, se lanzó GAM Digital, cuyo fin es innovar en nuevos negocios y la mejora de procesos y tecnologías mediante un enfoque *data-driven* de la compañía. GAM Digital consta de 85 medidas, divididas en tres campos de actuación (personas, tecnología y procesos) y recogidas en 46 proyectos, que se desarrollarán en un programa director de tres años de duración.

Un empleado de GAM maneja un AGV. GAM

HECHOS, Y PALABRAS

Quizás no hayas oído hablar mucho de nosotros últimamente. Eso es porque nos hemos centrado en decir menos y hacer más, pero ahora tenemos mucho de lo que hablar contigo para conocernos mejor, por ejemplo:

- ☑ Formamos una plantilla más diversa, con 85 nacionalidades de 5 generaciones distintas
- ☑ Hemos aumentado un 30% la inversión medioambiental en nuestra Compañía
- ☑ Estamos apoyando a más de 300.000 beneficiarios sociales

Descubre más en www.sacyr.com

sacyr Desafíos cumplidos

Reinventando la movilidad vertical

LA COMPAÑÍA presenta sus nuevos ascensores conectados e inteligentes

A escala global, Otis mueve a 2.000 millones de personas cada día. Con la cartera de servicios más grande de la industria, la firma mantiene más de dos millones de equipos en funcionamiento permanente: sus ascensores y escaleras mecánicas se hallan en las estructuras más emblemáticas del planeta, así como en edificios residenciales, *hubs* de transporte y centros comerciales de cada continente.

La multinacional ha combinado su legado como pionera del sector y su posición actual de liderazgo internacional para ayudar a construir la ciudad moderna y transformar la forma en que vivimos y trabajamos.

Para seguir reafirmando su renombre como empresa puntera, la compañía presentó el pasado 8 de junio una nueva generación de ascensores digitales, creados para satisfacer las necesidades actuales y las expectativas de un mundo cada vez más conectado. Se trata de los modelos Gen360 y Otis Gen3, dos sistemas inteligentes que vienen a reinventar la movilidad vertical.

La presentación se realizó a través de un evento virtual mundial que contó con la participación de clientes y profesionales del sector de más 100 países. "El ascensor conectado representa nuestra visión de futuro para las ciudades del mañana", afirmó durante el encuentro la presidenta y CEO de Otis, Judy Marks. "Crea valor para nuestros clientes maximizando los tiempos de disponibilidad de los equipos. Mejora la productividad de nuestros propios técnicos y se integra en el ecosistema digital de cualquier edificio inteligente", añadió.

Un técnico de la firma instala uno de sus modernos elevadores.

200

son los países en los que la multinacional con sede en Connecticut (EE UU) tiene presencia.

69.000

empleados trabajan para la empresa a nivel global, entre ellos, unos 40.000 técnicos.

200

delegaciones y oficinas de servicio conforman la red comercial de Otis en España.

La empresa, líder del sector, mueve a 2.000 millones de personas cada día en el planeta

Las nuevas unidades están integradas con el sistema digital de IoT Otis ONE, que proporciona información del estado de los ascensores en tiempo real, lleva a cabo comunicaciones proactivas y permite el mantenimiento predictivo y las actuaciones en remoto.

Aparatos de última generación

El modelo Gen360 fue concebido para edificios residenciales y comerciales, y ya está funcionando en instalaciones de seis países de Europa. Basado en un sistema electrónico completamente nuevo que proporciona una experiencia digital proactiva, permite a los arquitectos diseñar edificios con cubiertas planas más estéticas y fáciles de construir. Utiliza tecnología electrónica *drive by wire*, inspirada en los sectores automovilístico y aeroespacial, lo que permite la monitorización remota 24/7, aumentando de esta manera la fiabilidad general y liberando espacio en el hueco para poder instalar cabinas más grandes.

El ascensor Gen3, por su parte, es una nueva solución digital de movilidad vertical que lleva la tecnología Gen2 de cintas planas –el más vendido– a un nuevo nivel. En línea con su compromiso de la sostenibilidad, el modelo incluye el *drive* regenerativo Otis ReGe, iluminación LED y modo de suspensión para reducir el uso de energía y la huella de carbono. Además, incluye un purificador de aire en la cabina, y está disponible con la pantalla Otis eView, que transmite información y entretenimiento para los pasajeros, a la vez que los conecta con el centro de atención al cliente OTISLINE.

Invertir pensando en el futuro es una decisión natural

LYXOR etf
GROUPE SOCIETE GENERALE

Porque las empresas en las que inviertes hoy, construirán el mundo en el que todos viviremos mañana.

Actúa contra el cambio climático con nuestro ETF Bonos Verdes SFDR 9 o cámbiate a nuestros ETF de crédito ESG SFDR 8*

Invierte en el futuro
Lvxoretf.es/ESGbonds

*SFDR: Sustainable Finance Disclosure Regulation.

Comunicación dirigida exclusivamente a inversores que actúen por cuenta propia y clasificados como “Contrapartes Elegibles” o como “Profesionales” en el sentido de la Directiva 2014/65/UE. Estos productos cumplen con la Directiva UCITS (2009/65/EC). El capital está en riesgo. Lyxor International Asset Management (Lyxor ETF) recomienda que los inversores lean detenidamente la sección “Investment risks” de la documentación del producto (Folleto y KIID). El folleto en inglés y el KIID en el idioma local correspondiente (para todos los países en lo que está autorizada una oferta pública del producto) están disponibles en www.lyxoretf.com o previa solicitud a client-services-etf@lyxor.com. Lyxor International Asset Management desarrolla su actividad en España en régimen de libre prestación de servicios.

Reformas que traen salud, ahorro y empleo

REHABILITACIÓN energética para modernizar, por fin, con subvenciones un parque edificado tan viejo como ineficiente

Mamen
LUCIO MADERUELO

El nuevo Plan de Vivienda y Regeneración Urbana ha llenado de optimismo a patronal y sindicatos de la construcción. "Casi 7.000 millones de euros para un modelo de gestión centrado en la rehabilitación que se lanzará en verano y será un primo hermano del PREE (Programa de Rehabilitación Energética de Edificios) que tramita ahora el IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía)", declaraba Francisco Javier Martín, director general de Vivienda y Suelo del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (Mitma), durante la asamblea celebrada por la Asociación de Fabricantes de Materiales Aislantes (Andimat).

Su director, Luis Mateo, asegura que "la industria está preparada y con soluciones probadas. Lo importante es dinamizar la demanda con campañas de comunicación y ayudas directas atractivas, que oscilen entre el 60% y el 75% del coste total". "Además de reducir la burocracia y agilizar esta financiación por parte de las comunidades autónomas", subraya.

España ha estado siempre muy por debajo de la media europea en inversión para rehabilitar un parque inmobiliario que, en un 90%, se levantó antes de que existiera un Código Técnico de la Edificación, "lo que repercute en nuestra salud, seguridad y confort, y va asociado a la pobreza energética de parte de la población", indica Albert Grau, gerente de la Fundación La Casa que Ahorra.

Oportunidad histórica

- **Los fondos** de recuperación europeos permitirán que el Gobierno gaste 6.820 millones de euros en mejorar casi medio millón de viviendas hasta 2023. Cinco veces más que el ritmo actual.
- **Puestos de trabajo**. Generarían entre 33.000 y 88.000 empleos, un 0,47% más sobre el PIB previsto para 2030.
- **Mejorar en** una letra la calificación energética de un edificio puede reportar un ahorro de 600 euros al año por vivienda, según el Consejo General de la Arquitectura Técnica en España.
- **La demanda** de edificios eficientes ha crecido un 30% por la pandemia, indican en el Consejo General de Colegios Oficiales de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria de España.

Una vivienda reformada puede rebajar sus costes energéticos unos 500 euros anuales

GETTY IMAGES

Según sus estudios, una vivienda reformada puede rebajar sus costes sanitarios y laborales en torno a unos 400 euros al año, "más otros 500 euros de ahorro energético particular". Para Alfredo Sanz, presidente del Consejo General de la Arquitectura Técnica en España (CGATE), la reducción de la demanda de energía debe priorizarse en los hogares vulnerables, "por lo que recomendamos actuar sobre tres millones de viviendas –el 12% de lo construido– y luego extenderlo hasta los ocho millones".

El último informe elaborado por esta entidad y el grupo Mutua de Propietarios revelaba "una situación alarmante", en palabras de Jorge Ribas, directivo del área de operaciones: un 8% de los hogares pasa frío en invierno y el 35% no alcanza temperaturas de confort.

Ahora, el 70% de la inversión se destinará a viviendas y el resto, a los edificios públicos. El Gobierno concederá ayudas que van a cubrir entre el 35% y el 100% de las obras. También se incluyen deducciones del 30% para los que frenen sus consumos al menos un 10%, y del 60% para los que mejoren la eficiencia de inmuebles residenciales, ambos casos acreditados con los certificados correspondientes.

"Con este apoyo presupuestario, el sector confirma su importante papel como motor de recuperación tras el Covid", concluye Pedro Fernández Alén, presidente de la Confederación Nacional de la Construcción (CNC). La oportunidad es única; después de tantos meses confinados se ha tomado más conciencia que nunca de las carencias con las que vivimos.

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

Cámara de Comercio de España

Acelera *pyme*

Si eres pyme o autónomo ponemos a tu disposición nuestras Oficinas Acelera Pyme para ayudarte en tu transformación digital

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

Vivienda ecológica hecha en fábrica

Servihabitat

EL 'SERVICER' pone el foco en un futuro de casas más industrializadas y eficientes

El sector residencial está poniendo el foco en la eficiencia energética, clave en el modelo de recuperación económica propuesto por la Comisión Europea y el Gobierno. Las nuevas casas serán más verdes y, para ello, se ayudarán de los procesos industriales. Así lo cree Iheb Nafaa, CEO de Servihabitat: "Adquiere mayor relevancia un nuevo modelo de construcción basado en la industrialización, con el que podemos conseguir unos procesos más innovadores y respetuosos con el medio ambiente, al reducir el consumo energético y la generación de residuos". Esta industrialización, que permite la fabricación de partes de casas en fábrica y que luego se montan en la promoción, facilitaría el viraje a la sostenibilidad.

Nafaa explica que en su compañía, *servicer* de referencia en la gestión de activos inmobiliarios y financieros, comprenden la importancia de incorporar la sostenibilidad al modelo de negocio para conseguir un crecimiento equilibrado y responsable desde las perspectivas económica, social y medioambiental, por lo que han desarrollado iniciativas que generen un menor impacto de la huella de carbono en el entorno.

Recreación en 3D de la promoción Residencial Nuevo San José (Cádiz) de Servihabitat, con posibilidad de visitarla virtualmente.

Por ejemplo, algunas de las promociones de viviendas que Servihabitat tiene bajo gestión ya cuentan con la certificación CEE de nivel A en emisiones y consumos, así como tomas de carga para vehículos eléctricos e instalaciones de paneles solares más allá de los mínimos exigidos. "Además, Servihabitat siempre realiza estudios bioclimáticos para garantizar que las viviendas sean energéticamente eficientes e incorporen sistemas de climatización de alta eficiencia como la aerotermia, que permite generar calor de forma más sostenible", destaca Nafaa.

La empresa aplica medidas para desarrollar urbes más eficientes y sostenibles

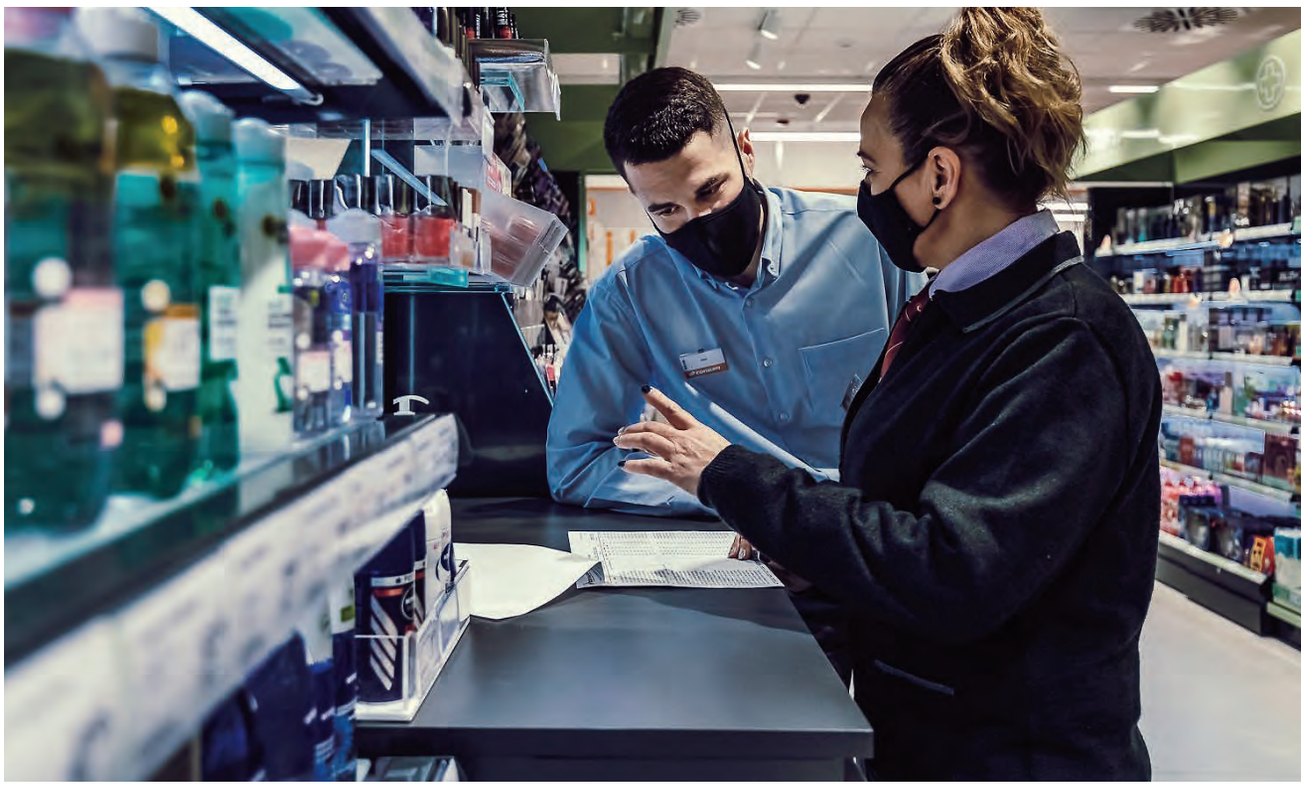
Más facilidad para conseguir casa desde el móvil

La pandemia de Covid-19 ha acelerado los procesos de venta y alquiler online de casas. "Hemos apostado por los tours virtuales 360°, gracias a los cuales nuestros clientes pueden visitar las viviendas desde sus casas", recalca Iheb Nafaa.

Igualmente, el *servicer* ha iniciado la digitalización de procesos administrativos, como la contratación o renovación de alquileres, a través de la firma electrónica de documentos, con la que se agilizan y facilitan estos trámites.

La compañía también está desarrollando un Portal para los Residentes de sus inmuebles, que facilitará el acceso a su documentación, la gestión de ciertos procesos como pagos y consultas de saldo, la gestión automática de incidencias y reparaciones.

Cuando hacemos equipo pensando en la sociedad, somos cooperativa.



Juntos hemos creado 1.355 nuevos puestos de trabajo en 2020, alcanzando una plantilla de 17.386 trabajadores. Porque ser parte activa del impulso económico de la sociedad, es ser cooperativa.

Juntos es cooperativa.

consum
Juntos es cooperativa

Cómo elegir y comprar 100% online tu casa

aliseda Inmobiliaria

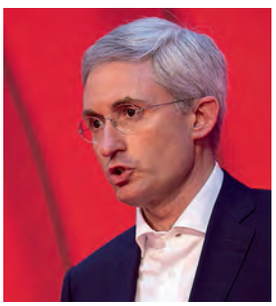
LA COMPAÑÍA acaba de lanzar la primera plataforma de venta digital de inmuebles de Europa

La pandemia ha acelerado el proceso de digitalización de las empresas en muchos aspectos, y el sector inmobiliario no ha sido ajeno. Aliseda Inmobiliaria se ha convertido en la primera plataforma de venta por internet en Europa que va a permitir a sus clientes realizar la compra de un inmueble de forma 100% online.

La empresa ha digitalizado por completo el proceso de compra de hasta 9.000 inmuebles (sumando los disponibles en las webs de Aliseda y Hola Pisos) de su cartera para que se pueda hacer de forma virtual, al igual que podemos comprar un libro, una cafetera o un coche.

Este nuevo proceso de compra incluye desde la búsqueda del activo, que ya es habitual en todo el sector, hasta el proceso de reserva, intercambio de documentación y formalización de la compraventa, con el que está revolucionando el mercado inmobiliario.

Así, el cliente puede elegir en todo momento el método que más le convenga para realizar la compra: digital o un formato híbrido, combinando la experiencia online con una visita física al inmueble. El único paso que no se puede realizar de forma virtual, por el momento, es la firma de la escritura ante notario, por exigencias legales. "Es un proceso que no sustituye al proceso de compra tradicional, sino que lo amplía y complementa", destacan.



Eduard Mendiluce, CEO de Anticipa y Aliseda.

Diferenciación

Desde 2018, la compañía (participada por Blackstone y Banco Santander) apuesta por ofrecer alternativas no convencionales para la compra de pisos, suelos y activos terciarios a sus clientes.

La compra digital va a ser, por tanto, una opción alternativa para los clientes, que podrán realizar una búsqueda muy exhaustiva del inmueble que más se adapta a sus necesidades y pedir una cita para visitar el inmueble de forma muy rápida a través de la web. Y aquellos con mayor vocación digital podrán realizar la visita y la compra del activo 100% online.

Eduard Mendiluce, CEO de Anticipa y Aliseda Inmobiliaria, subraya que la particularidad de la compañía es que "aspiramos a ser el líder del sector inmobiliario no solo por volumen, sino por capacidad de innovación, como venimos demostrando en los últimos años. El proyecto que hemos lanzado es solo el principio. La innovación no es llegar a un destino, sino un camino que en Aliseda queremos seguir recorriendo".

Ya durante la pandemia, Aliseda puso en marcha la posibilidad de realizar prerreservas a través de la web. Mendiluce incide en que "teníamos las herramientas tecnológicas para adaptarnos a un contexto insólito que dificultaba mucho la actividad inmobiliaria, y así lo hicimos. Hay mucho margen para innovar en la forma de comercializar un activo inmobiliario y para simplificar la forma en que un cliente puede realizar una compra".

De hecho, la tecnología y el talento de sus equipos es lo que les permite adaptar constantemente los precios de la cartera al mercado para ofrecer la mejor oferta. Una oferta que es de las más ajustadas de todo el sector a la realidad del mercado. Así, Mendiluce estima que, en diciembre 2022, el 15% de las operaciones de compraventa de sus inmuebles se producirán en el entorno online.

La inmobiliaria espera que la venta del 15% de sus inmuebles sea online en 2022

Entorno de la plataforma de venta digital de inmuebles de Aliseda

En Valladolid existe un lugar que es referencia para cualquier cosa que tenga que ver con Innovación, Tecnología y Emprendimiento.
Un lugar donde apoyarte para dar ese impulso hacia adelante.

Ese lugar es:

La Agencia de Innovación y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Valladolid.

Estamos aquí para ayudarte a poner en marcha tus ideas, iniciativas y proyectos.

C/ Vega Sicilia, 2 - 47008 - Valladolid
Tel.: +34 983 247 401 - Fax: +34 983 247 080
info@valladolidadelante.es
www.**valladolidadelante**.es
Innolid

valladolid+D adelante

Ayuntamiento de Valladolid

El respaldo para optar a los fondos europeos

SOLUCIONES para ratificar que los proyectos están alineados con los ejes del plan Next Generation EU

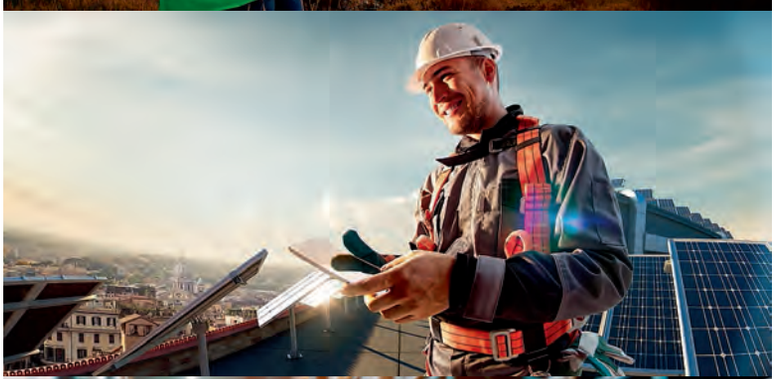
María
MATOS ELICES

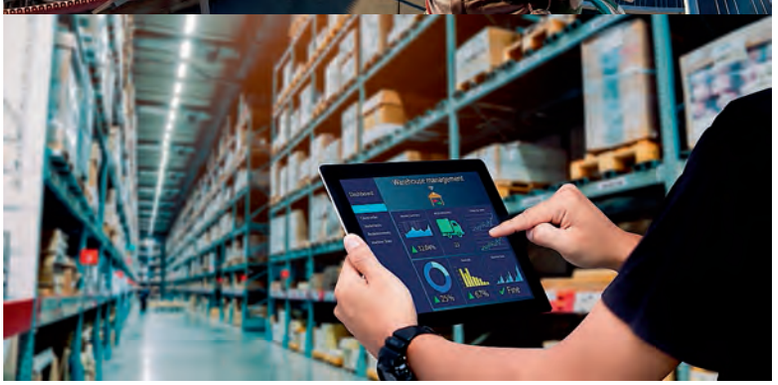
Los próximos meses serán claves para la reactivación del tejido empresarial y, con ello, para la reactivación económica de España gracias al comienzo de la llegada de los fondos europeos del plan Next Generation EU. En este sentido, AENOR, empresa líder en certificaciones de sostenibilidad, igualdad y digitalización, ha diseñado el AENOR Project Trust para ayudar a las organizaciones a estar en las mejores condiciones para acceder a dichos recursos.

El conjunto de soluciones que lo integran pasa, por una parte, por la nueva certificación de proyectos presentados, para ratificar que están alineados con un pilar y eje transversal definido en el plan de recuperación, ya sea verde o digital, dos de las principales transformaciones por las que apuestan los fondos europeos. Dirigida a subvenciones y licitaciones, proporciona certificaciones de mercado, como los sellos ISO, o pruebas de que cumplen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Todo ello servirá para generar confianza entre las autoridades adjudicatarias, así como de cara a controles futuros, especialmente aquellos que pueda llevar a cabo la Unión Europea.

Con el objetivo final de impulsar la competitividad empresarial con una capa que refuerce la confianza y la credibilidad de las iniciativas, AENOR trabaja con una red de expertos y socios, estos últimos integrados por consultoras de estrategia y de gestión, de comunicación, asociaciones y grandes corporaciones internacionales.

El AENOR Project Trust incluye también un curso de Gestión de ayudas europeas, con el que identificar los ejes prioritarios para el desarrollo de los proyectos y los mecanismos para acceder a las ayudas que, según S&P, harán que el PIB crezca un 10%.





La respuesta de AENOR al desafío de la recuperación económica tras la pandemia

Sostenibilidad y digitalización

La sociedad demanda sostenibilidad a las empresas. Para ello, AENOR ha desarrollado plataformas con soluciones relativas a la neutralidad climática y la gestión de la energía o el residuo cero, y en el ámbito social, la igualdad de género y retributiva o la contribución empresarial a los ODS.

Asimismo, ofrece a las compañías herramientas para avanzar en su digitalización basadas en dos principios: el análisis, gestión y mitigación de los riesgos, y el ciclo de mejora continua.

CARMIGNAC GESTION Luxembourg / City Link - 7, rue de la Chapelle - L-1325 Luxembourg - Filial de Carmignac Gestion
Sociedad gestora de fondos de inversión autorizada por la CSSF - Sociedad Anónima con un capital de 23 000 000 euros. Número de registro mercantil (R.C.) Luxemburgo B 67 549.

A la vanguardia de las renovables

LA EMPRESA apoya proyectos de hidrógeno verde y de almacenamiento energético para superar el reto ambiental

Ante el momento decisivo que vive el planeta, hoy es más necesario que nunca desarrollar iniciativas de energía limpia gestionadas con seguridad y fiabilidad, respeto al medio ambiente y criterios de eficiencia. Esa es, precisamente, la apuesta que ha convertido a Applus+ en un referente del sector: la multinacional española tiene más de 20 años de experiencia en renovables y más de 15 gigavatios acumulados en distintos proyectos eólicos *onshore* (terrestres) y *offshore* (marinos), solares fotovoltaicos y de concentración.

La compañía, considerada como uno de los líderes globales en inspección, ensayos y certificación, es un socio de confianza a la hora de garantizar la calidad y la seguridad de los activos, las infraestructuras y las operaciones, así como para potenciar el desempeño medioambiental.

En la actualidad está presente en más de 70 países, entre los que destacan España, Portugal, Holanda, Inglaterra, Sudáfrica, Turquía, Qatar, Chile, México, Colombia, Brasil, Estados Unidos, Malasia, Corea, Indonesia o Australia.

A la vez, Applus+ es reconocida por su labor en innovación, investigación y digitalización, áreas que, junto a las energías limpias, allanan el camino hacia la Europa sostenible que persiguen los fondos para la recuperación económica. Hoy, por ejemplo, la compañía intenta convertir a España en un *hub* para el desarrollo de las energías renovables. En este sentido, y con el objetivo de impulsar la tecnología del hidrógeno verde, ha sacado una línea de servicios específica para apoyar los nuevos proyectos de Green H2, y ya participa en tres iniciativas españolas de referencia en el campo de este nuevo vector energético.

A través de la adquisición de compañías punteras y el establecimiento de nuevos laboratorios, la multinacional también se ha sumado a otro sector de vanguardia: el de la investigación en almacenamiento. Se trata de un área clave para dotar de solidez al sistema eléctrico, de estabilidad a las energías renovables y de sostenibilidad a otra actividad que se halla en plena fase de transición: la de movilidad y transporte.

Al mismo tiempo, Applus+ sigue ofreciendo una amplia gama de servicios en el ámbito de las tecnologías eólica y solar, las más demandadas. Esos servicios abarcan toda la vida de un proyecto: desde los estudios previos e ingeniería durante la fase de desarrollo para garantizar la viabilidad, el control y la supervisión de la calidad durante la etapa de construcción y así asegurar el cumplimiento de los estándares internacionales, hasta las inspecciones y los ensayos durante el periodo de operación para verificar el mantenimiento de los activos.

Apuesta por la innovación

Applus+ se caracteriza por apostar por la innovación y la I+D y por garantizar la excelencia en sus servicios al momento de apoyar nuevas iniciativas. La empresa también participa en proyectos de energía eólica marina flotante, otra industria incipiente que presenta grandes posibilidades.

Y no cesa de incrementar su cartera de servicios y de clientes con nuevos agentes de sectores como el petróleo, que también están poniendo el foco en el negocio renovable.

Un técnico de la compañía hace mediciones en un parque eólico.

70

es la cantidad de países en los que ofrece sus servicios para ayudar a internacionalizar las operaciones de las grandes empresas.

40 ANIVERSARIO
DON SIMON

¡Voy a comer con Don Simon!

En los años 80, una frase se instaló en nuestra vida y en nuestra casa: **¡Voy a comer con Don Simón!**
Así lo repetían diferentes personajes en una campaña de publicidad histórica que presentaba un vino que era, en sí mismo, una revolución: calidad y precio iban de la mano. El eslogan que lo hizo famoso aún es recordado por todos.
Hoy comemos con DON SIMON en más de 150 países.

WWW.DONSIMON.COM

Lejos de una gestión eficiente del agua

LA INVERSIÓN en el ciclo del agua arrastra un déficit anual de 2.500 millones de euros desde 2008

Sara
RIVAS MORENO

El ODS 6 propone reducir a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentar considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial. En la actualidad, "solo el 32% de nuestros municipios de más de 10.000 habitantes dispone de sistemas de depuración terciarios, lo cual incumple con Europa y nos ocasiona sanciones y multas desde 2018", expone Fernando García Canales, director de *financial advisory* de Deloitte.

"Cumplir con la directiva europea implicaría, además de terminar con las sanciones recurrentes, beneficiar a más de dos millones de personas en la mejora de la calidad ambiental del agua", añade. Además de la depuración, García Canales prioriza la construcción de presas para la protección frente a avenidas, ya que permitirían acotar el riesgo de una de las mayores catástrofes naturales en España.

Óscar Barrero, socio de energía de PwC y miembro de la Oficina de Fondos Europeos, incide en fomentar la digitalización y el uso de nuevas tecnologías que optimicen las operaciones y reduzcan el nivel de fugas –España, de hecho, es uno de los países europeos con mayor número de pérdidas en su red de distribución–.

Sin olvidar los proyectos que involucran la relación agua-energía. "Son fundamentales y necesarios, dados los déficits hídricos y energéticos previsibles a medio y largo plazo", indica Roberto Alonso González-Lezcano, doctor y profesor de Construcciones Arquitectónicas de la Universidad CEU San Pablo. Y como ejemplo pone las centrales hidroeléctricas o las turbinas hidráulicas en redes de abastecimiento de grandes masas de agua.

Sin embargo, según datos de PwC, España ha recortado las inversiones en el ciclo del agua, pasando de un 0,36% del PIB entre 2007 y 2009 a un 0,14% del PIB entre 2014 y 2017. "Tras la crisis financiera de 2008, las inversiones en infraestructura del agua por parte de las comunidades autónomas han descendido a valores mínimos", destaca Barrero, y la reducción de las inversiones en infraestructura del ciclo urbano del agua ha generado un déficit de inversión anual de unos 2.500 millones de euros. Es más, "se ha estimado que el déficit de inversiones ascenderá a más de 25.000 millones durante los próximos 10 años".

"Esta falta de inversión", tal y como apunta el experto de PwC, "ha generado una red envejecida y más ineficiente, lo que genera un mayor coste de mantenimiento y mayores pérdidas de agua". Por ello, en opinión de Barrero, "es preciso cubrir el déficit de inversión para fomentar la digitalización y el uso de nuevas tecnologías que optimicen las operaciones". Ahora, "los fondos europeos pueden suponer un incentivo para recuperar las necesidades de inversión que requiere el sector".

En Deloitte vislumbran que la inversión prevista en esta área en España apenas llega al 1,2% de los 140.000 millones de euros de los fondos europeos, a pesar no solo del estado de las infraestructuras hídricas, sino de otras ventajas asociadas como la de que cubrir el déficit de inversiones en la actividad generaría más de 43.000 empleos, según las estimaciones de PwC.

Los problemas más graves

- **Degradación de** ecosistemas y biodiversidad derivada del cambio climático y uso inapropiado de los recursos, que provocan alteraciones en el ciclo natural del agua.
- **Tensión hídrica** creciente por eventos climatológicos cada vez más extremos, que pone en riesgo la disponibilidad del recurso.
- **Baja calidad** y cantidad del agua, debida a la progresiva destrucción de cuencas hidrológicas y a la gestión deficitaria de la depuración de las aguas residuales.

GETTY IMAGES

España incumple la directiva europea, lo que genera sanciones

Los fondos de la UE pueden suponer un incentivo

CUANDO NOS ENFRENTAMOS A NUEVOS RETOS, LA INNOVACIÓN NOS AYUDA A SUPERARLOS.

En **Aliseda creemos que las nuevas ideas son el motor de los grandes cambios** y de la recuperación económica. Por eso, hemos lanzado **la primera plataforma digital de venta de activos inmobiliarios de Europa.**

Entra y reserva tu cita online en **alisedainmobiliaria.com**

aliseda
Inmobiliaria

Un pacto social para reconstruir el país

LA COMPAÑÍA aboga por impulsar la solidaridad, el empleo de calidad y la transición ecológica

Urge establecer, territorio a territorio, un pacto social que garantice una reconstrucción económica sostenible, con el papel esencial de la empresa como parte de la solución, dentro del marco de situación establecido por la Agenda 2030 de Naciones Unidas", afirman fuentes de Agbar, compañía especializada en la gestión del ciclo integral del agua y la salud ambiental.

Este acuerdo por el que aboga Agbar, con el fin de dar respuesta a los nuevos retos sociales y económicos derivados de la pandemia, se basa en tres ejes principales: la solidaridad, la ocupación de calidad y la reconstrucción verde. "El pacto debe servir para mantener el empleo de calidad, ayudar a las personas en situación de vulnerabilidad y hacer inversiones para el buen funcionamiento de las infraestructuras", declaran en la empresa.

En cuanto a solidaridad, Agbar contribuye a reducir las desigualdades al garantizar el acceso al agua a todas las personas mediante el impulso y refuerzo de los fondos, tarifas sociales y otras medidas de flexibilización del pago de la factura del agua, así como con el desarrollo de iniciativas sociales, a través de alianzas con entidades del tercer sector y con un programa de voluntariado corporativo que moviliza el talento, el tiempo y la energía de la plantilla.

Para ayudar a lograr una sociedad más justa, Agbar impulsa el empleo de calidad, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad, la inclusión, el desarrollo del talento y la empleabilidad. Las medidas de este segundo eje consisten en empoderar a las personas para fomentar su empleabilidad a través de la capacitación y la formación, sobre todo en colectivos vulnerables; en poner en marcha acciones educativas para atraer más talento femenino; en promover la equidad de género y la conciliación con planes de igualdad retributiva más amplios entre hombres y mujeres que lo estrictamente marcado por la ley, y poner en valor la diversidad de las personas. Para ello, impulsa una sociedad más inclusiva con objetivos que superan el mínimo legal de contratación de personas con discapacidad y con el desarrollo de programas para promover la accesibilidad física y sensorial. Y cuenta con protocolos de detección de situaciones de acoso.

Para desarrollar el tercer eje, Agbar trabaja para estimular la transición ecológica con proyectos dirigidos a luchar contra el cambio climático a través del fomento de ciudades resilientes, la economía circular y las soluciones basadas en la naturaleza. También lleva a cabo programas educativos y campañas de sensibilización y de concienciación.

Colaboración público-privada

En Agbar consideran que es necesaria una nueva reindustrialización de España, con sectores fuertes que aporten valor añadido y creen empleo de calidad. "Debemos trabajar entre todos en esta reconstrucción. El sector público debe contar de forma decidida con el sector privado para hacer efectiva la recuperación", aseguran fuentes de la compañía.

Generar empleo, ayudar a los más vulnerables y hacer inversiones verdes son los ejes

Biofactoría Sur Granada, una instalación de economía circular participada por Agbar.

TRABAJAR JUNTOS
MANTENERSE JUNTOS
LLEGAR JUNTOS

CESCE
El valor del crédito

Seguimos apoyando a tu empresa con las **soluciones de Seguro de Crédito y Caución más completas del mercado para la gestión de tus riesgos comerciales.** Porque cuanto mejor acompañado estés, mejor afrontarás el futuro

Hoy, como ayer, cuentas con el valor del mejor equipo

cesce.com | 900 10 44 70

El soporte del teletrabajo

PYMES y el medio rural son los dos grandes ámbitos de actuación de las operadoras para contribuir a la transformación tecnológica de la economía española en los próximos años

Vera
CASTELLÓ LÓPEZ

Demostraron ser esenciales durante las semanas más duras de confinamiento y los expertos coinciden en que serán uno de los pilares de la recuperación. Nos referimos a las compañías del sector de las telecomunicaciones. "Gracias a las infraestructuras existentes, y al gran esfuerzo realizado por el sector, el hogar se convirtió en el centro de nuestras vidas: nuestro lugar de trabajo, de estudio, de ocio, nuestro lugar para teleinteractuar con nuestros familiares y amigos", recuerda Julio Juan Prieto, responsable de comunicaciones y medios, aeroespacial y defensa y alta tecnología en Accenture.

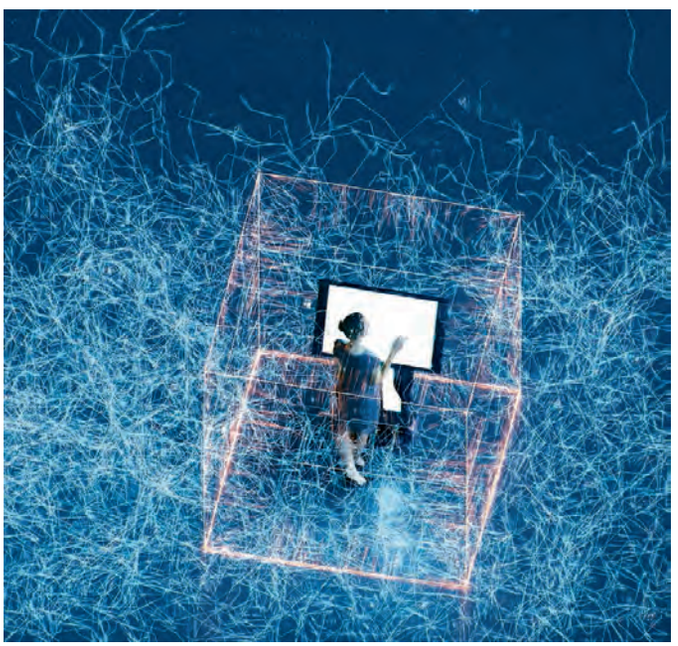
Pero no solo eso, los servicios de las operadoras "han sido la columna vertebral que permitió la continuidad empresarial y de servicios públicos, y el teletrabajo", añade Vanesa González, socia responsable de telecomunicaciones de PwC, quien cree que esta industria sigue jugando un papel clave en la recuperación, permitiendo modelos de trabajo híbridos y flexibles y nuevos hábitos de consumo y entretenimiento.

De hecho, según el estudio de Accenture *Plataformas de confianza*, durante la pandemia el sector se vio reforzado. "El nivel de confianza en las operadoras de telecomunicaciones aumentó muchísimo, y esto, a pesar de ser un valor intangible, las posiciona muy bien para gestionar los datos de los clientes y para proveer nuevos servicios de valor añadido tanto en el hogar como en la empresa: *gaming*, sanidad, ciberseguridad o plataformas IoT", afirma Prieto.

El grueso del trabajo por hacer

Pero ahora llega la hora de la verdad, porque en sus manos está desarrollar uno de los objetivos principales del Gobierno para los próximos años: terminar de digitalizar nuestra sociedad. Para ello, se van a destinar 20.000 millones de euros, casi un tercio de las ayudas del fondo Next Generation que se recibirán de aquí a 2023, a proyectos que aceleren la economía digital y propulsen la transformación de todos los sectores.

Todo este esfuerzo se pretende que esté englobado en el programa España Digital 2025, desarrollado por el Gobierno. Con él se busca impulsar el proceso de transformación digital del país de forma alineada con la estrategia digital de la UE, mediante la colaboración público-privada y con la participación de todos los agentes económicos y sociales. "Se cita explícitamente la participación no solo de Administraciones públicas, sino de agentes económicos. Así pues, se espera que en ese proceso participen también los grandes actores del sector y, de hecho, es fundamental que así sea", opina Marc Bara, profesor de OBS Business School. "Si se implementa correctamente, dicho plan puede ser un salvavidas importante para muchas empresas españolas y marcará la diferencia en el futuro".

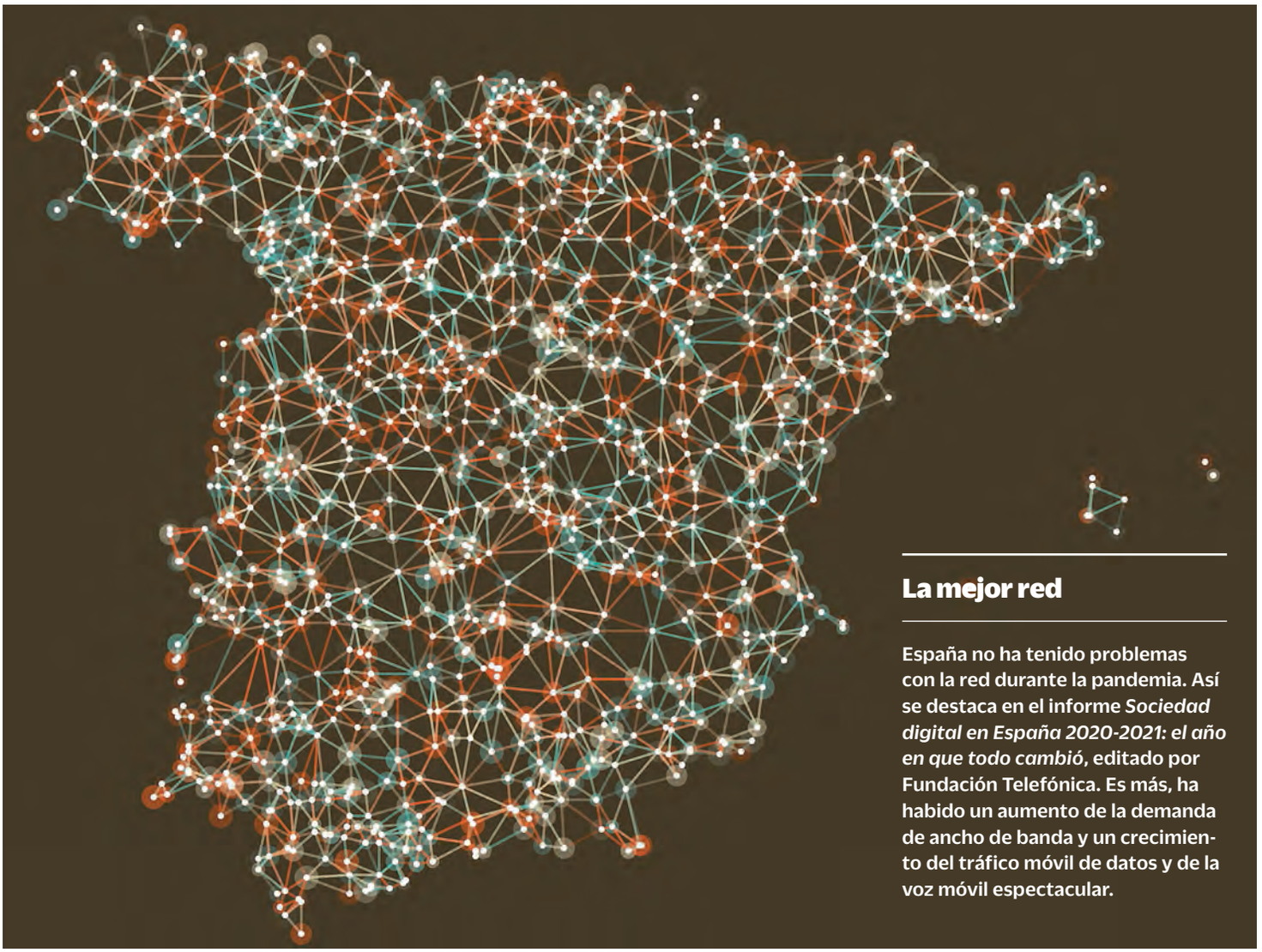


25.905

empresas hay en España del sector TIC, dedicadas la mayoría a la prestación de servicios, según el Observatorio de las Telecomunicaciones.

En ese sentido, al igual que durante la pandemia, el sector de las telecomunicaciones tiene que ser uno de los principales canales de la digitalización de nuestra economía, "tanto para permitir el desarrollo digital de las zonas rurales como para poder llegar de manera masiva a las pymes como facilitador tecnológico en soluciones de educación, energía, medicina, o en la transformación del propio sector público", considera la experta de PwC.

Su protagonismo va a ser claro. Por un lado, acelerarán el despliegue de redes de alta capacidad, así



La mejor red

España no ha tenido problemas con la red durante la pandemia. Así se destaca en el informe *Sociedad digital en España 2020-2021: el año en que todo cambió*, editado por Fundación Telefónica. Es más, ha habido un aumento de la demanda de ancho de banda y un crecimiento del tráfico móvil de datos y de la voz móvil espectacular.

como las basadas en tecnología 5G. Por otro, asegurarán que este despliegue se realice de manera uniforme. "Existe una brecha digital geográfica entre las zonas rurales y las ciudades (el 40% de los pueblos en Europa no tiene acceso a banda ancha, mientras que esta cifra se reduce al 2% cuando hablamos de las ciudades), y también por razones económicas (el 58% de la población establece que la mayor restricción para acceder a la banda ancha está derivada del alto coste de la conectividad). Por último, se confía en las telecos para que lideren los principios éticos en la utilización de los datos", analiza el responsable de Accenture.

48.295

millones de euros es el valor añadido bruto a precios de mercado del sector TIC, los medios y los servicios audiovisuales en nuestro país.

Según el informe *La otra vacuna: las ayudas de los fondos europeos*, publicado por PwC, España ha avanzado a distintas velocidades en la digitalización. "Se han dado importantes pasos en infraestructura y en el ámbito de grandes organizaciones. Pero está encontrando más obstáculos en la llamada 'última milla', es decir, en el empleado, el cliente y el ecosistema", resume Javier Baixas, socio de PwC.

Si nos centramos en la digitalización de las pymes, se ha realizado de forma desigual. "Muchas han digitalizado su relación con terceros (socios o clientes), pero sus procesos internos siguen siendo en muchos casos tradicionales. Y solo unas pocas de creación reciente o con los medios suficientes han iniciado un proyecto de digitalización relativamente completo", cree Baixas. Esta situación plantea un panorama en el que existe un potencial de digitalización muy grande dentro de un tejido de empresas muy atomizado. Además, según el experto de PwC, otra de las razones que explican las diferentes velocidades en la digitalización es que el proceso evoluciona de manera distinta según el sector de que se trate.

Teniendo en cuenta que más del 95% de nuestro PIB proviene de las pequeñas y medianas empre-

GETTY IMAGES

sas, “a las operadoras se les presenta la oportunidad y también el reto de actuar como líderes de los ecosistemas que construyan la próxima generación de servicios a las pymes (*cloud*, ciberseguridad, plataformas, etc.), evitando así la tentación de dispersarse en ámbitos en los que no están habituados a competir y perder focalización en lo que realmente saben hacer”, señala Julio Juan Prieto.

Los principales retos

El sector de telecomunicaciones es esencial para habilitar todas las aplicaciones de transformación digital. “Se puede resumir en que necesitamos muchos datos y en cualquier lugar. También acceso a capacidad de cómputo y baja latencia; de ahí que el despliegue de 5G sea prioritario”, observa Marc Bara.

Efectivamente, las grandes compañías están en la actualidad trabajando en que la fibra y el 5G lleguen a la mayor proporción de la población española posible. Pero “se puede decir que la fibra óptica avanza a muy buen ritmo, mientras que el 5G todavía requiere de mucho más despliegue y regulación favorable”, aprecia el profesor de OBS Business School. En su opinión, la regulación de tarifas, la oferta de conexión asequible y la abundancia de los datos “son temas que las grandes operadoras deberían asegurar para ayudar en la recuperación”.

Consejo consultivo

Para intentar garantizar la colaboración de las grandes empresas en este proceso, el Ejecutivo ha creado un consejo público-privado para facilitar el diálogo y la participación multisectorial de los agentes relevantes para la transición digital del país. Se trata del Consejo Consultivo para la Transformación Digital. Entre los miembros asociados están las grandes operadoras de telecomunicaciones, a través de la Asociación de Empresas Operadoras y de Servicios de Telecomunicaciones (Astel), la Asociación Nacional de Operadores de Telecomunicaciones y Servicios de Internet (Aotec) o la Asociación de Operadores de Telecomunicaciones (Asotem).

El órgano, que se reunió por segunda vez el pasado mes de abril y cuya creación es una de las 50 medidas publicadas en la mencionada Agenda España Digital 2025, se ha constituido para el diseño de políticas relacionadas con las telecomunicaciones, infraestructuras digitales, servicios de comunicación audiovisual, y digitalización de la economía, la Administración y la ciudadanía, el fomento y regulación de los servicios digitales y el impulso de la economía y sociedad digitales.

Se ha creado un órgano para integrar la participación de las operadoras

Diez ejes estratégicos para relanzar el crecimiento económico

Se están articulando numerosos planes para impulsar la transformación digital de España como una de las palancas fundamentales para relanzar el crecimiento económico, la reducción de la desigualdad, el aumento de la productividad y el aprovechamiento de todas las oportunidades que brindan estas nuevas tecnologías, pero quizás el más importante sea España Digital 2025.

Este plan, presentado el verano pasado por La Moncloa, recoge un numeroso conjunto de medidas, reformas e inversiones, articuladas en diez ejes estratégicos alineados a las políticas digitales marcadas por la Comisión Europea para el nuevo periodo pospandemia.

Entre los principales objetivos, garantizar una conectividad digital adecuada para el 100% de la población, continuar liderando en Europa el despliegue de la tecnología 5G, reforzar las competencias digitales de los trabajadores y del conjunto de la ciudadanía o acelerar la digitalización de las empresas, con especial atención a las micropymes y las *startups*.

Junto a este plan, la Agenda de Inteligencia Artificial o la Agenda de Conectividad son otras referencias importantes dentro de las iniciativas que pueden contribuir a los planes de digitalización de España.

Smarter Mobility

Soluciones de infraestructura de carga holística

Dicen que las infraestructuras de carga de vehículo eléctrico son la “estación de combustible del futuro”. Con su tecnología de carga y una conectividad sin igual, ABB quiere asegurar que los vehículos eléctricos asequibles y de largo alcance, sean totalmente compatibles con las infraestructuras fiables en la actualidad. Los puntos de carga y las estaciones de carga rápida de ABB serán el combustible de automóviles y autobuses eléctricos, y otros vehículos de servicio de pasajeros.

“Es momento de reconectar y reimpulsar la economía”

ENTREVISTA **JOAQUÍN MATA** / Director de Operaciones, Red y TI de Telefónica España

El responsable de operaciones, red y TI de Telefónica repasa cómo la implantación del 5G va a cambiar el modelo productivo del país, y pone decenas de ejemplos de sus utilidades en todos los ámbitos de la economía y la sociedad.

Pregunta. ¿Es el 5G una de las palancas de crecimiento tras la crisis del Covid-19?
Respuesta. Sin duda lo es. En general toda la tecnología, la digitalización de la economía en todas sus facetas, autónomos, pymes, industrias y Administraciones, es el gran trampolín impulsor. Ya lo demostró, y nosotros en concreto, durante el confinamiento, cuando nuestras redes, que están entre las mejores del mundo, mantuvieron al país conectado y productivo, aunque no hubiera nadie en la calle. Hospitales, oficinas, colegios, ministerios, todos conectados y funcionando en remoto, algo impensable unos meses antes. Pero ocurrió. Y por eso hemos resistido como sociedad. Ahora es el momento de reconectar, reimpulsar la economía y la industria.

P. Además de velocidad, ¿qué cambiará con el 5G?

> El progreso tecnológico no puede ser un enemigo ambiental

R. Cuando pensamos en el 5G, quizá por asociación a sus generaciones predecesoras, el 4G o el 3G, tendemos a pensar que es internet en el móvil más deprisa. Pero de lo que hablamos es de millones de dispositivos conectados entre sí, ciudades inteligentes que se comunican con el ciudadano, gemelos digitales en las fábricas para actuar reduciendo drásticamente los costes, retransmisiones de eventos sin despliegues de unidades móviles costosísimas...

P. ¿Hasta qué punto va a marcar una inflexión en el modelo productivo?
R. Tenemos que pensar en fábricas más ágiles, capaces de adaptarse a los requerimientos de cada momento, en coches inteligentes sobre carreteras inteligentes, en drones controlando procesos y ayudando a gestionar situaciones de emergencias, en hospitales que podrán realizar operaciones con cirujanos que no están allí. Va a revolucionar la educación, la medicina, la automoción, el turismo, básicamente todo el sistema productivo tal y como lo conocemos.

P. ¿Cómo convive el 5G con la transición ecológica?
R. Está demostrado que el 5G es hasta un 90% más eficiente que el 4G en términos de consumo de energía por unidad de tráfico. Su popularización aumentará exponencialmente la velocidad, pero no el consumo de energía.

P. Digitalización y sostenibilidad son los dos grandes pilares sobre los que reconstruir España...

Revolución 5G

Pregunta. ¿Qué va a suponer la combinación de fibra y 5G?
Respuesta. Va a revolucionar la industria como no lo habíamos visto antes ya que no se trata de una nueva generación móvil más, es otra forma de trabajar, de producir, de competir. Estamos ante una gran revolución.

R. En nuestra empresa tenemos siempre presente cuál es el impacto ambiental de las tecnologías que implementamos. El progreso tecnológico es nuestro aliado, no puede ser un enemigo ambiental. Por eso en Telefónica, cuando se encienden nuevas redes, se apagan las antiguas, lo que genera una mayor eficiencia. Así, en España se habrá sustituido el 100% de la red de cobre por fibra antes de 2025. Nos enorgullece poder decir que cuando cualquiera de nuestros clientes se conecta a su wifi, pone la TV, envía un mail o hace una compra online no está contaminando, porque todas nuestras redes solo se alimentan, desde hace años, con energía 100% renovable.

120 AÑOS
UNIDOS A TI

www.fcc.es

www.fccco.com

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

UN GLOBAL COMPACT
Network Spain
WE SUPPORT

FCC Construcción

El 5G, clave en la nueva era

LA INNOVACIÓN tecnológica supondrá un salto cualitativo en el desarrollo de la industria 4.0, en la reducción de la brecha digital y la regeneración de la España vaciada

La irrupción de la pandemia del Covid ha impactado sustancialmente en la vida de millones de personas, trasformando su forma de trabajar, de relacionarse y, en definitiva, su día a día. La sociedad y la economía han sufrido el mayor revés de su historia reciente, con la crisis sanitaria más grave de los últimos 100 años, cuyo impacto es aún difícil de calcular hasta que no se haya alcanzado la inmunidad frente al virus. Entretanto, hay que trazar el mapa de la nueva era que se abre tras la emergencia.

¿Cómo hubiera sido la vida en pandemia sin conexión a internet y un sistema que hubiese sustentado el aumento exponencial de la presencia en la red y el consumo de televisión? Sin la tecnología, hubiera sido difícil continuar con el trabajo, la educación en línea y el contacto con familiares y amigos. Si la infraestructura y la red interconectada que soportan la tecnología no hubiesen estado tan desarrolladas, la situación para Gobiernos, centros sanitarios, empresas y ciudadanos hubiese sido casi insostenible. En el nuevo paradigma, las telecomunicaciones seguirán desempeñando un papel fundamental. El teletrabajo, el *ecommerce* y, en general, una mayor exposición a la conectividad y las tecnologías son tendencias que se han acelerado con la crisis y que son posibles solo a través de una sólida y resiliente red de telecomunicaciones.

El sector evoluciona con continuas innovaciones que contribuyen a mejorar la conectividad de millones de personas en el mundo y, en buena medida también, su calidad de vida. El Covid ha coincidido en el tiempo con el desarrollo del 5G. Esta nueva tecnología no solo traerá consigo una verdadera revolución en la forma de comunicar, sino que supondrá también un salto cualitativo para el desarrollo de la industria 4.0.

El gran reto de la tecnología quizás siempre ha sido conseguir que sea inclusiva y que el territorio no sea una condición para disfrutar o no de una conexión determinada. El 5G nos brinda la oportunidad de contribuir a reducir la brecha digital, ya que marca un punto de inflexión en la vertebración y anclaje de las telecomunicaciones en el mundo rural y con ellas la generación y arraigo de nueva actividad económica y social. Generará, por tanto, nuevas oportunidades en el entorno rural y puede, sin duda, ser una de las soluciones para regenerar la España vaciada.

En este contexto, Cellnex Telecom –el principal operador europeo de infraestructuras de telecomunicaciones inalámbricas, con un *portfolio* de más de 128.000 emplazamientos– mantiene un fuerte compromiso por mejorar la conectividad a través de las infraestructuras, clave para el desarrollo de la sociedad y la economía europea. Del desempeño de su servicio depende que millones de personas puedan seguir conectados, que sean capaces de desarrollar tareas básicas y necesarias como trabajar, realizar trámites y tareas burocráticas, hablar con familia y amigos o sim-

750.000

millones de euros serán destinados por la UE a programas de transición digital y ecológica.

128.000

son los emplazamientos de Cellnex en Europa.

Cellnex está presente en 12 países facilitando la conectividad de las telecomunicaciones

Las redes privadas 5G serán claves para la seguridad y la eficiencia de los procesos en las grandes industrias.

Revolución

El 5G es una tecnología transformadora que supondrá la eclosión de un ecosistema de aplicaciones verticales que solo se pueden desarrollar con una velocidad muy elevada y una latencia imperceptible.

Permitirá cambios revolucionarios en complejos industriales: automatización de tareas, robotización de fábricas, controles de procesos críticos en tiempo real o procesos de aprendizaje ligados a la realidad aumentada y al análisis de datos ayudarán a evitar imprevistos e impulsarán la innovación.

Proyecto 5G LEAN, una iniciativa de Cellnex para reducir la brecha digital en la España vaciada.

plemente disfrutar del entretenimiento y las redes sociales. Todo ello es trascendental también en este momento para continuar con la contribución de valor a la economía.

Si algo ha enseñado esta crisis es la necesidad de emprender y de adaptarse rápidamente a situaciones inesperadas. Por ello, Cellnex continúa marcándose nuevos retos para llevar sus servicios y conectividad mediante redes neutras y compartidas a lugares donde los ciudadanos aún no tienen conexión. La firma está presente en 12 países europeos y sigue explorando oportunidades para expandir su presencia y aumentar también sus servicios.

En este sentido, el operador de infraestructuras de telecomunicaciones es un actor fundamental en el despliegue de la red 5G en Europa. La aportación de esta nueva tecnología a la economía y a la sociedad del Viejo Continente será sustancial. La propia Unión Europea la incluye entre los pilares de los fondos Next Generation, que movilizarán hasta 750.000 millones destinados a programas de transición digital y ecológica. La sostenibilidad y la digitalización son claves para la salida a esta crisis, y el 5G es la mejor tecnología de sustento para su impulso definitivo.

El camino de la recuperación ya está en marcha y desde Cellnex pronostican que la tecnología y las redes de telecomunicaciones serán claves en este periodo de transición y regeneración. El sector público y el privado están ante el reto de colaborar conjuntamente para salir de la crisis reforzados, con una economía más potente, sostenible y digital. Innovación, telecomunicaciones, tecnología y digitalización son el camino para un futuro mejor para todos.

Actor principal en la digitalización

minsait
An Indra company

LA COMPAÑÍA busca consolidar su liderazgo en la transformación digital de empresas e instituciones

Minsait, una compañía de Indra, ha vivido desde 2015 un intenso y continuo proceso de transformación, que siempre ha tenido como objetivo ser punta de lanza de la innovación tecnológica y digital, mejorar de forma continua la eficacia y calidad de sus servicios, adaptar constantemente el modelo de compañía para acelerar crecimiento y transformación y crear una cultura ágil y colaborativa capaz de atraer al mejor talento.

En este periodo, Minsait ha logrado consolidarse como la compañía española líder en consultoría de transformación digital y en tecnologías de la información, y se ha posicionado como el actor principal a la hora de hacer realidad la digitalización en España. La compañía trabaja con todos los segmentos de la actividad del país y es un actor clave en la transformación de la Administración pública española hacia la digitalización, habiéndola dotado de servicios de alto valor al ciudadano.

Todo ello lo ha conseguido gracias a una oferta de propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones *end-to-end* con una notable segmentación, que facilitan que sus clientes, de todas las industrias y de la Administración pública, alcancen impactos tangibles y que, a su vez, dejan una huella positiva desde la perspectiva de la sostenibilidad.

Sobre esta sólida base, Minsait está preparada para dar respuesta a la revolución que va a llegar a los servicios tecnológicos para empresas e instituciones, en aspectos como ciberseguridad, mercado en el que ha reforzado su posición de liderazgo a través de la adquisición de la compañía SIA; o en el mundo de los pagos, en el que es un referente internacional a través de su filial Minsait Payments; y también en estrategias centradas en *cloud* y en la explotación del dato; o en la transformación radical de industrias intensivas en activos físicos, combinando tecnologías como el internet de las cosas y la inteligencia artificial.

Ofrece soluciones en medios de pago, inteligencia artificial, 'cloud' y ciberseguridad

Con ello, Minsait persigue ayudar a sus clientes a situarse como líderes en la transformación digital de sus negocios; ofrecer a sus profesionales la oportunidad de desarrollar su carrera en una empresa tecnológica líder, e impulsar los objetivos de desarrollo sostenible como compañía y a través de las soluciones que ofrece a sus clientes.

Todo ello basándose en su alta fiabilidad, su amplio conocimiento de los sistemas críticos y su habilidad para transformarlos hacia un nuevo modelo digital, el mantenimiento de una constante apuesta por la innovación y una imparable orientación para ser no solo un proveedor, sino un *partner* para las operaciones clave de sus clientes.

Cristina Ruiz, consejera delegada de Indra, responsable de Minsait.

El mayor conocimiento en ciberseguridad

El liderazgo de Minsait y SIA en ciberseguridad se muestra en el contenido del informe sobre *Madurez Digital* en esta materia, elaborado por ambas. Dicho informe muestra que el 90% de las compañías no tiene profesionales especializados en ciberseguridad, un 82% no mantiene actualizados los registros de activos digitales a proteger, un 73% no ha implementado mecanismos de concienciación para empleados y solo el 55% cuenta con un Centro de Operaciones de Ciberseguridad para detectar y responder a un ciberataque. Y todo ello en un escenario en el que la ingeniería social está detrás del 90% de los ataques y el *phishing* se ha disparado un 6.000% durante la pandemia. Como consecuencia, se hace imprescindible que las empresas cuenten con el apoyo de socios especializados que ofrezcan una visión integral ante los desafíos planteados en un sector hiperespecializado y en continuo cambio.

BIOSPAIN

Trade show and partnering

September 27th - October 1st 2021
Pamplona-Iruña, Spain

EL EVENTO INTERNACIONAL DE REFERENCIA DEL SECTOR BIOTECNOLÓGICO ESPAÑOL

Del 27 de septiembre al 1 de octubre de 2021

Formato híbrido, tanto virtual como presencialmente, en el Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra-Baluarte en Pamplona-Iruña

REGÍSTRATE

En colaboración con el **Gobierno de Navarra** y **Sodena**, sociedad de desarrollo de Navarra

Nafarroako Gobernua
Gobierno de Navarra

SODENA
DESARROLLO DE NAVARRA
NAFARROAKO GARAPENA

SODENA apoya los Objetivos de Desarrollo Sostenible
Sodenak Garapen Jasangarrirako Helburuak sostengatzen ditu

Con el apoyo de los patrocinadores platinum
ICEX España Exportación e Inversiones y **Merck**

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
ICEX España Exportación e Inversiones
MERCK

accenture

Sin innovación no hay alternativa

LAS EMPRESAS que invierten en digitalización crecen cinco veces más rápido, según Accenture

GETTY IMAGES

4,4

billones de euros a nivel global podrían desbloquearse con la aceleración tecnológica puesta en marcha por las empresas a raíz de la pandemia y sus nuevas formas ágiles de operar.

Sara
RIVAS MORENO

La tecnología ha sido fundamental para resolver muchos de los retos derivados de la pandemia. Las pocas barreras que existían respecto de la adopción de la tecnología han desaparecido de golpe. Y esta aceleración en las empresas, y las nuevas formas ágiles de operar, podrían desbloquear un crecimiento rentable de 4,4 billones de euros a nivel global, según Accenture.

Un estudio de la consultora tecnológica indica que, incluso en medio de la incertidumbre económica actual, un pequeño grupo de empresas –alrededor del 7% a nivel mundial– han logrado casi el doble de eficiencia y tres veces la rentabilidad de sus competidores. Estas firmas, que la publicación califica como "preparadas para el futuro", representan actualmente una pequeña parte (2%) del ecosistema empresarial español, pero se espera que aumenten al 34% en 2023. Mientras, a nivel mundial, suponen ya el 35% de las compañías, y las expectativas muestran que en 2021 serán las responsables de generar hasta el 78% del beneficio total.

En la misma línea, otro informe de Accenture demuestra cómo aquellas empresas que han apostado por la inversión en tecnología están creciendo cinco veces más que aquellas más rezagadas. "Ahora que se empieza a vislumbrar el camino de la recuperación y el crecimiento es cuando las compañías deben decidir entre volver al *statu quo* previo a la pandemia o dar un paso hacia adelante y llevar a cabo una verdadera transformación aprovechando las nuevas oportunidades que se presentan", observan desde Accenture. Es más, otra publicación de la consultora establece que las empresas europeas que aceleren su transición digital y sostenible podrán recuperarse más rápido y saldrán fortalecidas de la crisis derivada del Covid-19.

"Para liderar el mundo pospandémico será necesario algo más que volver a las estrategias y trayectorias de crecimiento previas al coronavirus", afirman. Lo cierto es que mientras los efectos de la pandemia siguen sintiéndose, un nuevo modelo de liderazgo se abre paso y, según Accenture, las empresas europeas están bien posicionadas para aprovecharlo. Este nuevo modelo empresarial está basado en la resiliencia, la regionalización y el crecimiento en áreas emergentes como la fabricación inteligente, la salud digital, la movilidad inteligente y la transición energética, sectores en los que Europa está realizando una gran inversión.

También se sustenta en la combinación de aceleración digital y sostenibilidad: aunque las empresas europeas van por detrás en términos de esta primera variable, llevan mucho tiempo liderando el camino en sostenibilidad. En todo caso, en España, un 85% de las compañías prevé aumentar sus inversiones en digitalización en 2021 y el 86% asegura que invertirá más en sostenibilidad que en 2020.

Europa

En general, las firmas europeas se mantienen competitivas en la carrera por la innovación: un 24% de las 2.500 compañías que más invierten en I+D son europeas, frente a un 31% de EE UU y un 21% de China. En cuanto a su gasto en I+D, si en Europa supone un 28% del total, en EE UU es del 38% y en China del 13%. El Viejo Continente ha perdido terreno ante el gigante asiático en la última década: en 2013, Europa coliderabа los esfuerzos junto a EE UU, con un gasto del 35% en I+D frente al 4% de China.

PROJECT TRUST

Europa cree en tus proyectos.
Y nosotros también.

AENOR, la entidad líder en certificaciones de Sostenibilidad, Igualdad y Digitalización, está a tu lado para fortalecer el valor y la credibilidad de tu propuesta para solicitar los fondos NEXT Generation de la Unión Europea.

Para hacerlo, **hemos creado AENOR PROJECT TRUST**, un conjunto de soluciones y un ecosistema de partners y expertos que generan confianza y te ayudarán a estar en las mejores condiciones para **acceder a los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**.

www.aenor.com/projecttrust

AENOR | Confía

AENOR PROJECT TRUST

Mecenas por amor a la tecnología

KAUDAL pone en marcha un programa que canaliza financiación para I+D sin costes ni deuda

Carlos
GÓMEZ ABAJO

Los fondos europeos son una bocanada de aire para la I+D, pero para completar el dinero público hace falta la contribución del capital privado. El Mecenazgo Tecnológico es una fórmula de inversión que canaliza financiación privada hacia empresas de investigación, desarrollo e innovación, a partir de una estructuración basada en los incentivos o deducciones fiscales aplicables a los proyectos de I+D+i. La *fintech* Kaudal lanzó en marzo de este año un programa privado de convocatorias llamado Orbita.k con el objetivo de identificar proyectos de I+D+i e impulsarlos a través del Mecenazgo Tecnológico.

Aunque España es la quinta economía europea, su inversión en I+D respecto al PIB se sitúa en la zona media-baja de los 27 Estados miembros de la UE. En 2019, el 49,1% del gasto en investigación y desarrollo fue financiado por las propias empresas de I+D+i.

El Mecenazgo Tecnológico se basa en los incentivos o deducciones fiscales aplicables a los proyectos de investigación y desarrollo (I+D) e innovación tecnológica (IT). Es una vía de financiación no dilutiva, sin avales y sin costes, que no genera deuda y permite a la empresa e investigadores dotar de recursos su actividad, nutrir sus equipos y digitalizar sus procesos, y, en definitiva, llevar sus proyectos al siguiente nivel. Los inversores o Mecenas son empresas que quieren invertir en investigación, desarrollo e innovación y proyectos con una marcada RSC (responsabilidad social corporativa). Este instrumento les permite hacerlo y beneficiarse, de la misma forma, de los incentivos fiscales derivados de esta inversión.

Orbita.k es un programa de Mecenazgo Tecnológico dirigido a empresas, principalmente pymes y *startups* y entidades privadas de I+D+i, que identifica propuestas de investigación e innovación de impacto social para impulsarlas. Ofrece el acompañamiento de un equipo experto en la estructuración de proyectos, formado por científicos, tecnólogos, ingenieros, abogados y economistas. Su objetivo es contribuir al crecimiento sostenido y sostenible del ecosistema investigador en España y a la recuperación económica y social. Cualquier empresa, centro tecnológico y entidad investigadora privada española que desarrolle actividades de I+D y/o IT y cuente con una propuesta innovadora puede participar. Además, puede operar en cualquier sector: industria digital, agroalimentario, biotecnología, construcción, energía, aeroespacial, finanzas, industria, medio ambiente, movilidad y transporte, salud, telecomunicaciones, etcétera.

> El volumen total de la iniciativa es de 200 millones de euros

El valor mínimo del proyecto debe ser de 250.000 euros, para proyectos de I+D, y 400.000, para proyectos de IT. El volumen de financiación total disponible es de 200 millones de euros. Investigar es más fácil si se tienen los apoyos adecuados.

Salud

La pandemia ha puesto de manifiesto la importancia de tener un sistema sanitario sólido y un tejido empresarial que aproveche las nuevas tecnologías de este ámbito. Kaudal impulsó 55 proyectos de salud en 2020, con una inversión de más de 91 millones, y en biotecnología, 21 iniciativas que sumaron más de 60 millones.

Vacunas PARA TODOS

farmaindustria

Un compromiso y tres grandes desafíos. Así está trabajando la industria farmacéutica para lograr la inmunización global contra la Covid-19

Compromiso con la Alianza Mundial de la OMS

Desde el inicio de la pandemia, la industria farmacéutica se comprometió con la Organización Mundial de la Salud con dos objetivos:

1 Colaborar y compartir conocimiento para ganar tiempo en el desarrollo de terapias

2 Ofrecer las vacunas a precio asequible y colaborar para un acceso equitativo

Desafío de la I+D

COOPERACIÓN

Las compañías farmacéuticas se han volcado, en colaboración con gobiernos y comunidad científica, para conseguir tratamientos en el menor tiempo posible

PROTAGONISMO DE ESPAÑA

España ha sido el primer país de Europa y el cuarto del mundo en número de ensayos clínicos contra la Covid-19, con **165 ensayos**

NO SÓLO VACUNAS

Aunque el desarrollo está resultando más lento, hay **326 medicamentos en investigación**

¿QUÉ SE HA CONSEGUIDO?

< 1 año

Primeras vacunas aprobadas en menos de un año (un proceso que necesita de media diez años se ha reducido a uno)

4+2

4 vacunas ya aprobadas (y en breve 2 más) por las agencias estadounidense (FDA) y europea (EMA)

283

vacunas en fase de investigación

- **99** en fase clínica de investigación en humanos
- **23** de ellas en la última fase

Desafío de la producción

En paralelo al desarrollo de las vacunas, la industria farmacéutica comenzó a trabajar para producir miles de millones de dosis en el menor tiempo posible

LAS COMPAÑÍAS DESARROLLADORAS TRABAJARON EN TRES LÍNEAS

Capacidad de producción

Ampliación de sus propias plantas de producción para **aumentar la capacidad**

Producción a riesgo

Algunas compañías comenzaron a producir vacunas antes de que éstas **estuvieran aprobadas** por las agencias reguladoras

Acuerdos con otras compañías

Hasta abril se han firmado más de **270 acuerdos** entre compañías desarrolladoras y otras con capacidad de participar en la producción de vacunas

Los acuerdos se extienden por **todo el mundo**, incluyendo empresas de países como China, India y Sudáfrica y compañías competidoras en Occidente

También aquí hay un **protagonismo español**: 4 compañías participan en la producción de las vacunas aprobadas por la EMA

Desafío de la distribución

La industria farmacéutica colabora, dentro de la Alianza Mundial de la OMS, con la iniciativa Covax, que está respaldada por gobiernos y otras grandes organizaciones sociales y que busca asegurar una distribución equitativa de las vacunas disponibles

Innovamos para las personas

MAYO DE 2021

Tan sencillo como ver Netflix o pedir un Uber

EL SECTOR PÚBLICO encara el reto de digitalizarse para mejorar sus relaciones con el ciudadano

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

Hacer un viaje extracorpóreo. Mirar la organización desde fuera, ponerse en el lugar del ciudadano y ver lo que necesita". Es la propuesta de Juan Jesús Torres, secretario general de Administración Digital, para averiguar qué hacer para facilitar "una relación que es imprescindible". En su ánimo está también hacerla más sencilla. "Que el ciudadano se sienta igual de confortable como cuando compra por internet", explica. Que consultar un expediente, hacer la declaración o apuntarse al paro sea tan sencillo como ver Netflix en casa o pedir un Uber.

Para afrontar este reto, en el que es también esencial mejorar la experiencia de usuario, la economía del dato y eliminar barreras de entrada, el Gobierno ha reservado 2.600 millones de euros para invertir en el periodo 2021-23 en el Plan de Digitalización de las Administraciones Públicas. Un dinero que Juan Luis Manfredi, director académico del Observatorio de Transformación del Sector Público en Esade-PwC, prioriza en dos ejes: "Infraestructuras", para que el sistema funcione y sea interoperable, y en la formación "de un nuevo tipo de empleado público".

Desde KPMG, Cándido Pérez, socio responsable de transportes, gobierno y sanidad, apunta que el objetivo "es usar la digitalización para mejorar la actividad de la Administración, definiendo los procesos y evaluando su grado de eficacia".

Una funcionaria en el archivo judicial de Valencia. GETTY IMAGES

Testimonios en primera persona

Juan Martínez, actor: "Pedí el paro online y tuve muchos problemas. Viene muy mal explicado. Les escribí por correo electrónico para tramitarlo. Lo peor fue cuando se les cayó la web por el ataque de los hackers".

Javier Marca, juez: "Trabajo con doble pantalla, gracias al expediente digital, con lo que el acceso a la información es más fácil. Puedo celebrar juicios virtuales y hacer las notificaciones de forma telemática".

Begoña Gil, funcionaria: "Internamente funciona muy bien. El problema surge muchas veces con el colapso de las aplicaciones, cuando un número elevado de personas intentan acceder y se bloquean".

Vicenta Ganoa, empleada del hogar. En enero se cayó en la nieve y pidió la baja. Aún no la ha cobrado. Ha estado varias semanas intentando hablar con la Administración. Al lograrlo, le han dicho que su expediente no está todavía tramitado.

En el sindicato CSIF definen la realidad actual con esta frase: "Los registros y procedimientos formalizados están bien, pero hace falta construir todo lo demás".

Algo similar ocurre con la Administración de Justicia. A los problemas conocidos de escasos recursos y de personal y la gran carga de trabajo, se unen los distintos grados de penetración de la digitalización según comunidades y órganos. Para paliar esta situación se invertirán 410 millones para "modernizar las infraestructuras, mejorar los servicios, orientar su actividad hacia el dato, lograr la interoperabilidad y disponer de un expediente judicial electrónico", según Francisco Cabo, director general de Justicia 2030.

2.600 millones irán destinados a la Administración general y otros 410 a la de Justicia

Victoria Ortega, presidenta del Consejo General de la Abogacía, suma a todo esto "un plan intensivo de formación en competencias digitales". Los medios técnicos "no servirán de mucho si no cambiamos la forma de afrontar el trabajo", dice.

Mirando a un futuro que ya esta aquí, Pere Simón Castellano, profesor en la Universidad Internacional de La Rioja, UNIR, destaca el uso de "herramientas tan interesantes como la inteligencia artificial o los chatbots para mejorar aún más los servicios digitales de la justicia".

A.M.A.
agrupación mutual
aseguradora

Así de fácil...

María trabaja sabiendo que está *protegida*

A.M.A. lleva **más de 50 años** asegurando la tranquilidad personal y profesional del personal sanitario y sus familiares

LA MUTUA DE LOS **PROFESIONALES SANITARIOS**

A.M.A.
agrupación mutual
aseguradora

www.amaseguros.com 900 82 20 82 / 913 43 47 00 Síganos en y en nuestra APP

A.M.A. GRUPO · A.M.A. agrupación mutual aseguradora · AmaVida Seguros de vida para profesionales sanitarios · AMA América Seguros ECUADOR

Volver al interior para recuperar el equilibrio

LA ESPAÑA rural afronta la despoblación con la conjunción de dinero, ideas y apoyo político

El alcalde de Urriés (derecha) y varios de los nuevos pobladores.

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

Urriés (Zaragoza) representa la medida del éxito en la lucha contra la despoblación. Ha vencido en lo cuantitativo: en 2015 tenía 36 habitantes; ahora, 51, 7 de ellos niños. Y también en lo cualitativo. Lo explica su alcalde, Armando Soria: "Es sentirse orgulloso, creer que vale la pena vivir aquí y decirle a nuestros hijos que se formen para quedarse, no para irse". Para lo primero, ha creado servicios en su pueblo. Tiene tienda, bar, hostal, *coworking* y dos museos. Para lo segundo, ha mostrado lo que ha hecho y ha construido un relato para contarlo. Son un referente.

Coincide con él Vicente Pinilla, director de la Cátedra sobre Despoblación y Creatividad de la Universidad de Zaragoza: "La idea es reequilibrar este concepto, muy centrado en lo cuantitativo, cuando lo que importa es el buen vivir y el bienestar de la gente". El dinero es importante para el profesor "porque facilita las cosas, pero no es la solución principal". Esta pasa por "hacer el camino de abajo arriba y contar con los actores que están en el territorio". Y hacer dos cosas que hasta ahora no se han hecho: "Fomentar la colaboración público-privada y la coordinación entre las distintas Administraciones".

Lo que no va faltar desde luego es dinero. De Europa van a llegar 10.000 millones. El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico ya ha preparado un plan con 130 medidas que recoge las líneas de inversión y actuaciones concretas para llevar a cabo.

El desafío es enorme. Hay que enfrentar "un desequilibrio territorial desmesurado, dado que el 80% de la geografía española está deshabitada o con bajísimas densidades demográficas", recuerda Julián Mora, profesor de Ordenación del Territorio en la Universidad de Extremadura.

El regadío quiere ser 'smart'

- **Digitalizar todo** el sector agrícola del regadío en Andalucía y Extremadura es el fin del proyecto Smart Farming, promovido por ambas comunidades, empresas privadas y las Universidades de Córdoba y Extremadura.
- **Son 390** millones para dotar de 5G a 1.400.000 hectáreas, usar los datos para mejorar los cultivos y crear un observatorio que mida el impacto social y económico.
- **Otras comunidades** se han interesado por un plan que ha calculado el ahorro de agua en más de 2.800 hectómetros cúbicos anuales si se implantara en todo el regadío nacional.

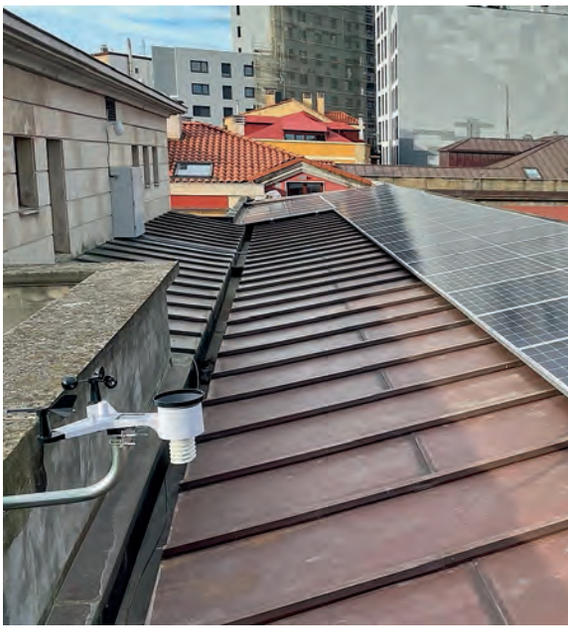
A las buenas perspectivas económicas se unen dos hechos esenciales. El reto está en la agenda política y no faltan ideas y proyectos para solucionarlo. Como *5 for Rural*, para que Soria, Cuenca y Teruel pasen de ser "provincias del XIX, a territorios inteligentes del XXI", en definición de María Ángeles Fernández, directora general de los empresarios sorianos. O como los que promueven para revitalizar la comarca del Alto Tajo un grupo de jóvenes de la asociación Rumborural, "como un Erasmus rural el curso que viene", cuenta Enrique Collada, su presidente.

O tender puentes entre dos mundos, que es lo que hacen en la empresa social Proyecto Arraigo. Fernando Tornero y Cecilia Morencio la han utilizado para irse desde Baleares a la pedanía de San Miguel en Belorado (Burgos) para empezar una nueva vida. Todo sea para romper, como dice Mora, "la dicotomía de barra de bar llena en el litoral y mesas vacías en el interior peninsular".

ACS
ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS

Un grupo líder mundial comprometido con la sostenibilidad

www.grupoacs.com



La oportunidad para hacer mejores ciudades

LOS CONSISTORIOS quieren aprovechar los fondos europeos para cambiar el modelo actual y con la innovación y la tecnología crear otro más sostenible que asegure el bienestar de los ciudadanos

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

Barcelona, Gijón, Sevilla y Zaragoza impulsan con sus planes una gestión más eficiente

Evitarse la cola para visitar la Giralda de Sevilla. Respirar un aire más puro en Barcelona. Estrenar piso y barrio en Zaragoza. O decidir en Gijón qué hacer con el dinero ahorrado en iluminar las calles y plazas.

Son algunas de las mejoras que los ayuntamientos de estas cuatro capitales persiguen con los planes que han presentado para captar fondos europeos y hacer más inteligentes sus ciudades. Políticas transversales con las que será más fácil encontrar ese dinero. No en vano encajan en varios de los capítulos del plan enviado por el Gobierno a Bruselas. Movilidad sostenible, rehabilitación de vivienda, red 5G o modernización del turismo son algunos ejemplos.

Sevilla Smart Community es un ejemplo: 39 millones para instalar sensores, recoger datos, convertirlos en información útil y digitalizar la Administración. "La base de cualquier *smart city*", señala Gaspar Llanos, gerente del Plan Estratégico Sevilla 2030. Con solo consultar el móvil, el turista sabrá qué día y hora son los mejores para visitar la catedral. O el sevillano conocerá al momento si tendrá caseta en la Feria de Abril.

En Barcelona buscan reducir la contaminación generada por el reparto de mercancías. Usar furgonetas eléctricas, construir 22 centros de distribución y desde aquí utilizar solo vehículos sostenibles son los hitos del plan. "El objetivo es acortar hasta un 10% estos gases", dice Xavier Patón, gerente de la Agenda 2030.

Zaragoza apuesta por implicar a los vecinos de Balsas de Ebro Viejo, una zona construida hace más de 50 años, en la rehabilitación integral de sus viviendas y de todo el barrio. Balsas Positivo es el nombre de un plan que pretende convertir los edificios en cero emisiones, usando energías renovables, renovando las infraestructuras y el espacio público.

El nuevo Gijón surge del internet de las cosas (IoT). Se trabaja en el despliegue de una red interoperable, abierta y neutra de sensores en 45.000 puntos, 185 edificios municipales, 100 hogares y 150 comercios, comenta Fernando Álvarez, jefe de servicio del ayuntamiento. Energía, luz y edificios inteligentes. El dinero ahorrado en agua, luz y gas se destinará a lo que los vecinos decidan.

Arriba, sensores y paneles en Gijón. A la izquierda, Balsas de Ebro Viejo, en Zaragoza. Abajo, la catedral de Sevilla.

GETTY IMAGES

Un concepto que se extiende como una mancha de aceite por todo el país

- Lo que empezó siendo una idea que se aplicaba solo a las grandes urbes ha evolucionado y ahora se implanta en cualquier localidad. Cuando se buscan ciudades más eficientes, sostenibles y confortables, el tamaño no es lo importante. Estos son algunos proyectos que ayuntamientos de toda España quieren financiar con fondos europeos.
- **Vinaroz** (Castellón): van a actualizar el plan de movilidad urbana para hacerlo sostenible, centrado en el núcleo urbano y en las playas.
- **Alcoy** (Alicante): harán comunidades energéticas locales y fomentarán del autoconsumo. Colaboración público-privada para crear una red, generar energía renovable y repartirla entre sus miembros.
- **Zahara de la Sierra** (Cádiz): disponen de un presupuesto de 8,5 millones para soterrar el cableado municipal, desarrollo de suelo industrial, infraestructuras de turismo activo, puesta en valor de senderos y construcción de un museo de historia y un albergue.
- **Ávila:** ha solicitado 20 millones para actuaciones en movilidad sostenible, eficiencia energética y economía circular.
- **Rota** (Cádiz): cuenta con un proyecto de regeneración urbana de 30 millones para el despliegue del 5G y gestionar el alumbrado, el consumo de agua y la recogida de basuras.
- **Punta Umbría** (Huelva): tiene plan de movilidad sostenible con una zona de bajas emisiones en el casco antiguo.

GETTY IMAGES

Hacer que las personas vivan mejor

El objetivo que persigue la ciudad del futuro para sus habitantes no difiere mucho del de la tradicional. “Se trata de entender qué quiere la gente y hacerle la vida más fácil”, sostiene Miquel Martí, consejero delegado de Barcelona Tech City, una asociación privada que pretende consolidar a la capital catalana como un centro tecnológico internacional.

La novedad procede de la innovación y de los avances tecnológicos que de manera horizontal persiguen la transformación digital de las ciudades del mañana. “Estas son más sostenibles, más centradas en el ciudadano, con una movilidad integrada, más sanas y con un espacio más habitable”, explica Martí. Antes es fundamental “definir con el mayor consenso posible qué modelo de urbe queremos”.

“Una ciudad es el lugar donde vive la gente, con independencia de su tamaño. Solo cambian las necesidades”, dice Mariano Barroso, presidente del clúster Smart City, una entidad que impulsa este concepto en localidades más pequeñas.

Cristina Mateo, vicedecana de la Escuela de Arquitectura y Diseño en IE University, cita el protagonismo de los ciudadanos: “Lo que está sucediendo tiene consecuencias para ellos respecto a una mejora potencial de servicios integrados. Temas que les afectan en el día a día. Eso también significa un rol mucho más activo. Tienen que avanzar hacia esa nueva responsabilidad más activa”.

734

millones de euros es el presupuesto al que ascienden los planes de estos municipios.

“La tecnología facilita que las personas hagan tareas humanas”

Securitas

ENTREVISTA **CARLOS REBATE**
Responsable de Transformación y Procesos de Negocio

Vera
CASTELLÓ LÓPEZ

Nombrado hace unos meses para impulsar la transformación continua de Securitas Seguridad España, Carlos Rebate repasa en esta entrevista cómo se aplican en el día a día de la compañía las tecnologías exponenciales.

Pregunta. Para la reconstrucción económica de España se quiere hacer hincapié en la digitalización. ¿Qué papel puede jugar Securitas?
Respuesta. Podemos aportar nuestro granito de arena no solamente acelerando el sector de la seguridad privada, sino siendo un agente importante en la recuperación económica y la digitalización de nuestro sector en España. Aspiramos a liderar ese cambio en nuestro negocio gracias a tecnologías exponenciales como la inteligencia artificial, la robótica, el IoT, la aceleración que ha experimentado la sensórica y la capacidad de cálculo en general. Todo esto parece que no tiene impacto en una ventana temporal corta, pero cuando miras una década atrás, te das cuenta de la aceleración que nos provoca.

P. ¿Cómo están aplicando la inteligencia artificial?
R. Por ejemplo, en la analítica de vídeo que utilizamos para detectar si una instalación está en riesgo, si hay una intrusión, etc. En ocasiones se producen falsos positivos, por lo que necesitamos inteligencia artificial que filtre entre los cientos de millones de señales que generamos al año cuando una señal tiene altísima probabilidad de ser un falso positivo. La analítica de datos nos ayuda a procesar información más rápido y a ser capaces de centrarnos en la información que es realmente relevante para cuando ocurra un incidente real.

El sistema nervioso

Pregunta. ¿Por qué es importante vuestro Securitas Operation Center (SOC)?
Respuesta. Es nuestro centro de servicios de seguridad remota, lo que nos permite gestionar, de forma remota, más de 140 millones de señales al año. Usando una metáfora biológica, sería como nuestro sistema nervioso, el conjunto de personas que trabajan en remoto para que todo el sistema se despliegue para poder controlar la seguridad de decenas de miles de instalaciones que están funcionando por todo el territorio. Para nosotros es muy importante porque, ante una determinada alerta, le da la posibilidad a Securitas de orquestar todo el proceso de seguridad, de monitorizarlo en remoto y movilizar a toda la organización para darle respuesta.

> La analítica de datos nos ayuda a centrarnos en la información que es realmente relevante

P. ¿Qué otro tipo de tecnología están perfeccionando?
R. Estamos utilizando tecnologías exponenciales para aumentar la capacidad que tienen nuestros vigilantes o técnicos de seguridad electrónica y hacerles la función mucho más sencilla. Tenemos monitorizados 740.000 sistemas de seguridad en todo el mundo y 350.000 profesionales generando información. Imagínate la cantidad de datos y de incidentes, reales y no reales, que procesamos a diario.

P. Todas estas aplicaciones, ¿ayudan o sustituyen a las personas?
R. La tecnología debe facilitar que las personas se dediquen a tareas humanas. La inteligencia artificial trabaja muy bien en problemas concretos, pero en escenarios de ambigüedad e incertidumbre, yo prefiero siempre a un humano. Este es capaz de ser flexible en esa ambigüedad y dar una respuesta mucho más certera que una máquina. En un sector tan particular como es la seguridad, el factor humano es todavía más importante que en otros. Hay que dejar a las máquinas que hagan lo que saben hacer, que es tratar cantidades ingentes de datos y servirnos como soporte en la toma de decisiones.

Innovación al servicio de la vida cotidiana

LAS SOLUCIONES integrales de la tecnológica consiguen un impacto positivo en las personas, empresas e industrias

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

El catálogo de soluciones innovadoras que la tecnológica ABB ofrece está atravesado de manera transversal por dos características: están siempre al servicio de las personas y tienen como objetivo mejorar su vida cotidiana. Cubre, además, todos los ámbitos en los que se desarrolla el día a día de la gente. Y tiene en cuenta también a pequeñas y medianas empresas e industrias.

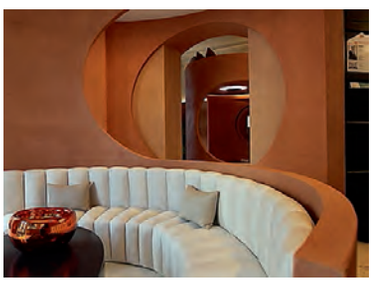
Desde un sistema automatizado para crear ambientes más cómodos, cálidos y mejor iluminados para teletrabajar en casa; pasando por soluciones encaminadas a reducir las emisiones y ahorrar en la factura de la luz en edificios comerciales o industriales; o con tecnología 5G para hacer las ciudades más inteligentes e infraestructuras de carga sostenible e impulsar el coche eléctrico, y terminando con los modernos centros de procesamiento de datos que no solo sirven para almacenarlos, sino también para intercambiar y generar nuevos.

Innovaciones como las que permiten al Hotel InterContinental de Madrid luchar contra el cambio climático con motores de alta eficiencia. O cargando el coche eléctrico en casa con Terra AC. O en Zaragoza, con una monitorización de la energía avanzada de los edificios a través de una plataforma de gestión energética basada en la nube. O mejorando la eficiencia de la flota de autobuses eléctricos en Barcelona con el cargador Panto Up.

Smart Hotel

El espacio diseñado para Niessen por el arquitecto Héctor Ruiz Velázquez en Casa Decor es un claro ejemplo de que combinando diseño y tecnología se obtienen soluciones innovadoras y eficientes en la gestión de los espacios, en este caso, un hotel inteligente.

Los sistemas inteligentes de ABB fabricados por Niessen, climatización, ventilación, temperatura e iluminación de la habitación, y un panel para monitorizar todos los aspectos de un edificio se presentan en una forma integral de innovación.



Imágenes del Smart Hotel de Niessen en Casa Decor. JUAN LÁZARO

Todos estos avances comparten un solo propósito, la sostenibilidad

Todos estos avances comparten un solo propósito, la sostenibilidad. Reducir las emisiones de carbono, conservar los recursos y promover el progreso social están en la base de la estrategia de sostenibilidad de la empresa para 2030.

Esta se apoya en varios objetivos. Uno de ellos es ayudar a sus clientes a reducir sus emisiones anuales de CO_2 en más de 100 megatoneladas en 2030. O promover la disminución de los gases de efecto invernadero en industria, edificios y transporte. Incorporando igualmente la circularidad en su cadena de valor, reduciendo el desperdicio, aumentando el reciclaje y la reutilización y haciendo que los productos sean más duraderos.

Seguros más digitales y más rentables

LAS NUEVAS tecnologías y los nuevos riesgos abocan a un nuevo modelo de negocio

Sara
RIVAS MORENO

Antes de la pandemia muchas eran las tendencias que el sector venía vislumbrando, pero con su llegada todas las ramas, sin excepción, tuvieron que pisar el acelerador. "Más de un año después de este drama, la industria ha aprendido a operar en un entorno complejo donde la ausencia de interacción personal condiciona la actividad y los modelos de negocio", afirma Pedro Díaz-Leante, socio responsable de seguros de PwC. Más allá de los nuevos modelos de trabajo, del uso del dato y de la transformación digital, que se verá incrementada, tal y como apunta Alberto Puente, socio de Mercer, con la llegada del 5G.

"El reto de la recuperación económica y el impacto en la industria requiere una reflexión estratégica sobre el modelo de negocio", señala Díaz-Leante. Este análisis, según el socio de PwC, debe contemplar una revisión detallada de la estructura de costes con un objetivo de optimización de la productividad, potenciar y consolidar ecosistemas digitales dentro y fuera de sus ámbitos de actividad que permitan identificar nuevos negocios, nuevos modelos de gestión de un talento diferente y adaptativo y, finalmente, un análisis de optimización de la eficiencia del capital.

Para Víctor Zambrana, socio de Roland Berger, el principal reto para salvaguardar la rentabilidad del sector será mantener la relevancia en la relación con el cliente final, desarrollando propuestas de valor más completas en ámbitos de necesidad más amplios.

Si se pone el foco en los principales ramos aseguradores, Zambrana prevé que el de auto sufra una mayor disrupción ante una posible aceleración de la evolución de la movilidad que cambiará el mix de negocio y los modelos de distribución del seguro. Por otro lado, el mundo del ahorro se enfrenta al reto de unos tipos bajos de interés y un marco regulatorio "lejos de favorecer su crecimiento", además de tener que universalizar su propuesta y llegar a clientes de segmentos medios altos con propuestas de gestión remota apalancados en medios digitales. Por último, en líneas comerciales, el potencial impacto incierto de una crisis económica pos-Covid sobre todo en pymes y autónomos podría también afectar tanto al volumen de negocio como al mix de producto y de distribución.

El ramo requiere el desarrollo de propuestas de valor que cubran las necesidades actuales

Por su parte, Unespa observa la necesidad de protecciones más eficientes y que abarquen todo el abanico de riesgos a los que se enfrentan los particulares y las empresas, lo que pasará por asegurar riesgos muy completos. Pero para ello la asociación considera necesaria la unión de esfuerzos entre el sector público y el privado.

GETTY IMAGES

Datos económicos

Los ingresos de las aseguradoras por primas a cierre de 2020 se situaron en 58.850 millones de euros, un 8,3% menos que en 2019. Se trata de un hito negativo, solo comparable con el producido en 2003, cuando terminó el proceso de exteriorización de compromisos por pensiones empresariales, y la contracción derivada de la pasada crisis económica. A pesar de ello, el sector asegurador ha tenido una evolución superior a la caída del propio PIB del país, situada en el 10,8%. Además, la ratio de solvencia del seguro fue de más del 200%.

Cinco Días cumple 43 años en los que ha sido testigo de nuestra historia empresarial

Indra se ha consolidado como una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría, con operaciones comerciales en más de 140 países.

Un lugar donde la innovación tiene un impacto real y social.

El socio tecnológico de las operaciones clave de nuestros clientes, presente en el corazón de cada negocio.

Felicitamos a Cinco Días en su cuadragésimo tercer aniversario.

indracompany.com

indra

Compromiso firme con la sociedad y con el entorno

LA ASEGURADORA reacciona a la nueva normalidad y modifica sus pólizas para incluir las nuevas necesidades y riesgos, con el objetivo de que sus clientes se sientan seguros y protegidos en todo momento

Sara
RIVAS MORENO

Con la llegada de la pandemia en 2020, la sociedad tuvo que adaptarse a una nueva vida e implementar nuevas rutinas en todos los ámbitos. No hubo tiempo para planificaciones a largo plazo, los cambios tuvieron que integrarse a marchas forzadas. La caída de la economía mundial superó a los peores derrumbes históricos y el impulso para la vuelta a la normalidad tiene que llegar desde todos los sectores.

"En Mapfre podemos contribuir a la adaptación de las personas a esta nueva normalidad y participar en la recuperación económica del país, y lo hacemos como mejor sabemos, estando al lado de nuestros clientes", señalan desde la entidad. Así, la aseguradora, junto a la Fundación Mapfre, ha destinado cerca de 250 millones de euros a apoyar a todos sus *stakeholders* –clientes, proveedores, mediadores...– y a la sociedad en general. Pero, además, ha reaccionado con agilidad para dar respuesta a las nuevas necesidades y riesgos que van surgiendo, para que sus clientes se sientan seguros y protegidos en todo momento.

La aparición del Covid-19 hizo que los hogares se convirtieran en oficinas, colegios o rincones para el ocio.

Según datos de portales de empleo, el teletrabajo aumentó más de un 75% en el confinamiento, y hoy, aunque muchas empleados han vuelto a las oficinas, la opción híbrida, entre la casa y la oficina, sigue conviviendo con nosotros. Pero esta tendencia a la digitalización también conlleva riesgos. Por ello, Mapfre ha a añadido a su seguro de hogar nuevas coberturas que puedan ayudar a sus clientes en todas estas situaciones. Así, con las modificaciones en la póliza es posible

Las coberturas de su póliza de hogar incluyen los riesgos asociados al teletrabajo

cerciorarse de que la conexión y los dispositivos son adecuados y seguros para las actividades online del hogar.

Las nuevas coberturas de los seguros de hogar incluyen también asesoramiento para la instalación, mantenimiento y configuración de la oficina en casa, así como asistencia y consejo para el mejor funcionamiento de las plataformas de clases online para el correcto desempeño en la formación de los estudiantes de la familia. Además, han incorpo-

Digitalización

Mapfre continúa trabajando en la experiencia digital de usuario, con el objetivo de ir ofreciendo mejoras en los servicios personalizados, haciendo uso de la IA, el *big data* y las herramientas tecnológicas para posicionarse a la vanguardia de los nuevos tiempos. En esta línea, ha desarrollado un nuevo bot para que los clientes puedan pedir una grúa por Twitter con solo escribir un tuit nombrando la cuenta de atención al cliente de la aseguradora.

A la izquierda, sede central de Mapfre, en Madrid. Arriba, parte de su flota de 25 grúas híbridas trabajando durante el temporal Filomena.

La movilidad sostenible y el cuidado del planeta, claves del futuro

La movilidad sostenible será clave para el futuro. Por ello, Mapfre ha lanzado Gama Cambio, una nueva póliza diseñada para los coches eléctricos e híbridos enchufables. El producto incluye todas las coberturas de los seguros de automóvil tradicionales, como asistencia en carretera, con las 25 grúas híbridas y los 34 vehículos 100% eléctricos que la compañía posee para dar servicio. Los clientes, además, tienen asegurada la torre de recarga del vehículo instalada en su domicilio o aparcamiento y están cubiertos contra posibles daños, incendios o robos. Cuentan con la cobertura en la batería y el cable de recarga, así como la responsabilidad civil por daños en otras estaciones de recarga.

rado ayuda para el ocio y el *ecommerce* con el objetivo de conseguir una experiencia del usuario segura y óptima.

Pero si hay colectivos afectados por la pandemia, además de las familias, son las pymes y autónomos. "Han sido muchos los negocios que han tenido que cesar su actividad, temporal o permanentemente, y es por eso que hemos incorporado nuevos servicios de valor añadido para ellos, a través de nuestro plan de fidelización Mapfre teCuidamos Empresas", indican desde la aseguradora

250

millones de euros es el montante destinado por la aseguradora para apoyar a todos sus *stakeholders* y a la sociedad en general por la pandemia.

Su nueva propuesta de valor incluye el servicio Experto en Marketing Digital, para recibir asesoramiento en posicionamiento web y en email marketing y así sacar el máximo rendimiento a sus campañas. Con el Experto Yo me Ocupo Empresa pueden solicitar ayuda en la búsqueda de información y realización de todo tipo de gestiones relacionadas con la actividad empresarial como, por ejemplo, localización de proveedores y organización de viajes.

Asimismo, los clientes pymes y autónomos, gracias a la opción Experto en Ciberseguridad, cuentan con asistencia y protección digital contra *ransomware* o análisis del riesgo cibernético de la empresa y de la vulnerabilidad de su web, entre otros servicios. De la misma manera, disponen de acceso a asesoramiento en materia de protección de datos y en cumplimiento de la normativa específica con Asesor RGPD.

Estos nuevos servicios se suman a la ya existente opción de asesoramiento 360°, que analiza el riesgo de la empresa de una forma personalizada, y el ahorro en la contratación de servicios profesionales para el negocio, además de planes de pago y descuentos por vinculación.

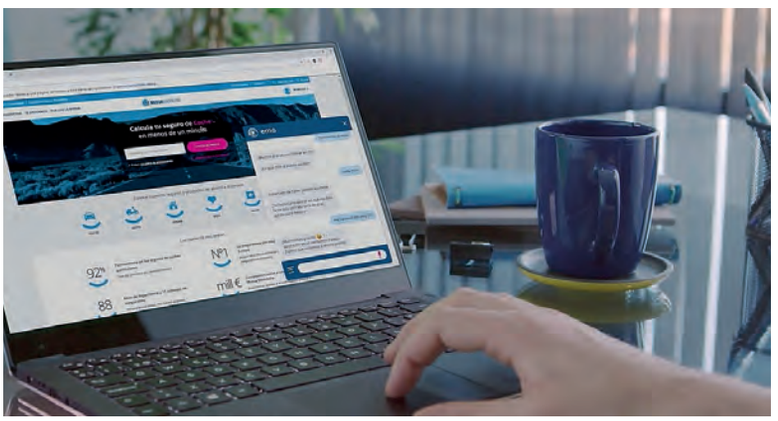
La ‘app’ más usada y mejor valorada del sector

LA ASEGURADORA acelera su transformación digital y ya tramitó el 39% de sus partes de forma online en 2020. Más del 70% de los clientes gestionan sus pólizas de manera digital

Mutua Madrileña ya permite dar partes de accidente a través de WhatsApp

Tecnología *cloud*, inteligencia artificial, *big data*... apoyada en los avances tecnológicos más vanguardistas, Mutua Madrileña ha dado un fuerte impulso a su transformación digital hasta convertirse en una de las aseguradoras más punteras en este ámbito. De hecho, Google ha reconocido su asistente virtual, EME, como caso de éxito internacional y su *app* es la más usada y con mejor valoración de todo el sector asegurador español, según el último Mobile Index Performance de Smartme Analytics.

Fruto de todos estos avanzados desarrollos y del mayor consumo digital propiciado por el Covid-19, en 2020 la aseguradora ha batido récords en los principales indicadores de digitalización.



Más del 70% de los clientes de Mutua ya gestionan sus pólizas de forma digital, vía web, *app* o a través de WhatsApp, uno de los últimos canales que han incorporado para prestar servicio al cliente. En concreto, la compañía concluyó 2020 con un 74% de usuarios digitales, que tramitaron sus partes de accidente, consultaron información, pidieron asistencia en carretera o cambiaron datos importantes de sus seguros de forma virtual, lo que supone un crecimiento de 20 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Más del 77% de las interacciones diarias de los clientes de la aseguradora que preside Ignacio Garralda se realizan ya a través del móvil o a través de la web de Mutua.

Eje prioritario del plan estratégico

Para Ignacio Garralda, presidente de Mutua Madrileña, “la transformación digital y la innovación son dos palancas necesarias en todo proyecto empresarial, por eso en Mutua la digitalización sigue siendo uno de los ejes de nuestro actual plan estratégico 2021-2023. En los últimos años ya nos ha permitido introducir grandes avances, mejorar nuestros servicios, prestar una atención más rápida y una oferta más personalizada. Queremos seguir reforzando nuestra posición líder en este ámbito, por lo que vamos a invertir 150 millones de euros hasta 2023”.

Ignacio Garralda, presidente ejecutivo de Grupo Mutua Madrileña.

EME, su asistente virtual, reconocido por Google como caso de éxito internacional

En 2020, el 44% de sus seguros de auto se suscribieron online, lo que confirma que sus canales digitales se han convertido en un punto de contacto cada vez más útil e importante. El área de clientes de la web, con más de 275.000 usuarios al mes, concentra la mayoría de operativas digitales de la compañía.

Los mutualistas pueden realizar ya más del 80% de consultas y operativas relacionadas con sus pólizas desde la web. En concreto, el 39% de sus partes de auto se tramitaron online en 2020, lo que supone un crecimiento de 10 puntos sobre el año anterior. A través de la web o la *app*, los mutualistas pueden hacer seguimiento de sus partes de accidentes y recibir información actualizada sobre su gestión.

Renovada y dinámica

La *app* de Mutua, con más de 600.000 usuarios mensuales, es el canal digital preferido por los asegurados de la compañía. Su uso creció más de un 40% en 2020 respecto al ejercicio anterior. En la compañía están continuamente trabajando en la introducción de mejoras y nuevos servicios. Recientemente, han renovado su diseño con el objetivo de mejorar la usabilidad y la experiencia de cliente, haciendo más accesibles sus principales funciones y operativas (alta de partes, petición de grúa...) y más sencilla la navegación.

Mutua cuenta también con un asistente virtual por WhatsApp. EME, disponible también en la *app*, está preparado para resolver todo tipo de consultas sobre más de 1.000 temáticas, productos, servicios y ventajas de Mutua, gestión de partes de siniestros, descuentos y servicios de la Tarjeta SOY... con una ratio de acierto superior al 90%. En 2019 introdujo la opción de dar respuestas personalizadas a los mutualistas.

En 2020 y con el inicio de la crisis del Covid-19, el asistente ha visto incrementado su uso más de un 30%, atendiendo a 100.000 usuarios únicos al mes y gestionando más de 300.000 mensajes mensualmente.

Fuerte apuesta por la innovación y el talento interno

Mutua Madrileña tiene también una apuesta muy clara y decidida por la innovación, como una palanca para mantener la ventaja competitiva de la compañía.

Mutua Innova es, en concreto, el programa de innovación que agrupa toda la estrategia diferencial de la aseguradora en esta materia y que pivota sobre cuatro ejes básicos.

El primero de ellos es un Laboratorio de Innovación en el que Mutua identifica y prioriza aquellas oportunidades que transformarán el modelo de negocio asegurador en los próximos años y que pretende preparar a la compañía frente a los retos que vendrán. El segundo es un programa de inversiones que apuesta por *partners* que aporten capacidades y ayuden a hacer reales las oportunidades detectadas

En tercer lugar, los proyectos que contribuyan a la innovación se canalizan a través de un Venture Client y, finalmente, la iniciativa se completa con el Programa de Intraemprendimiento, en el que los propios empleados plantean y desarrollan ideas de éxito que puedan materializarse como proyectos reales de mejora del negocio, productos o servicios. En este programa, que se desarrolla año a año y que ya va por su sexta edición, ya han participado más de 400 empleados.

A través de estos cuatro pilares el objetivo de Mutua Innova es siempre identificar las mejores oportunidades, así como las capacidades necesarias para ponerlas en marcha de forma ágil.

Además, en su apuesta por la diversidad de género y la igualdad, la aseguradora cuenta con el programa Liderazgo Femenino, una iniciativa que busca potenciar el acceso de la mujer a puestos de responsabilidad dentro de la compañía.

Fomentar el progreso

LA ENTIDAD logra adaptarse a los cambios impuestos por el Covid-19 anteponiendo a sus clientes

Sara
RIVAS MORENO

El bienestar, la previsión y la seguridad de las personas están en nuestro ADN", afirman desde Fiatc. La compañía aseguradora cuenta con una cartera de 7.500 empresas que confían diariamente en su capacidad para garantizar la continuidad de su negocio frente a las adversidades. "Nuestro servicio les da seguridad, un valor fundamental para emprender y competir en el entorno especialmente adverso en el que nos encontramos", apuntan.

En su opinión, Fiatc ha sido y es un garante no solo de la reactivación de la economía, sino también de su protección durante los momentos más duros de la pandemia por las iniciativas desarrolladas en beneficio de sus clientes, particulares y empresas, y colaboradores.

Aun así, estos meses han supuesto un gran esfuerzo para la compañía. Aunque, como expresa Joan Manuel Castells, director general adjunto: "Hace diez años posiblemente nuestra capacidad de reacción hubiera sido inferior". "Gracias al proceso de digitalización, iniciado hace más de veinte años, y a que la solvencia es uno de los pilares de la entidad, pudimos seguir prestando servicio y cumpliendo compromisos incluso más allá de lo obligatorio".

La pandemia ha acelerado la transformación de la compañía, al igual que ha ocurrido con otras empresas. Omnicanalidad, atención y servicio telemático, adaptación de productos y servicios al cliente, potenciación de la experiencia de cliente, transparencia y compromiso social son algunos de los puntos clave a los que la pandemia ha obligado a adaptarse, pero que ya desde tiempo atrás se hacían evidentes con el cambio climático, las catástrofes naturales y los ciberriesgos.

Con la recuperación económica a las puertas, aseveran que "serán artífices del progreso". Sus seguros trabajan como garantía de los cambios, ya sean negativos, como un incendio, un robo o un ciberataque, o positivos, como el lanzamiento de una nueva empresa.

> La aseguradora ofrece "seguridad para competir en cualquier mercado"

"Ofrecemos seguridad a aquellos que quieren competir en el mercado y entendemos que también ofrecemos progreso económico en tanto que minimizamos las consecuencias de situaciones adversas también en particulares, que podrían tener su incidencia en el consumo y en el estado general de la economía", declaran desde la entidad.

En este sentido, consideran que el plan nacional y europeo de recuperación beneficiará a su actividad: "Somos causa y consecuencia de la reactivación, fomentamos el progreso y saldremos beneficiados", subrayan.

Sede central de Fiatc, en Barcelona.

Iniciativas llevadas a cabo en la pandemia

- **Mejora** y potenciación de la aplicación para usuarios con el fin de ofrecer mejor servicio, intensificar las comunicaciones con sus clientes, mediadores y sus propios equipos.
- **Mantenimiento** y refuerzo de los servicios y de la asistencia a pesar de las restricciones de atención presencial.
- **Puesta** en marcha de un protocolo especial de flexibilización en el abono de primas para atender a las circunstancias excepcionales de aquellos clientes con dificultades económicas.
- **Refuerzo** de la telemedicina y atención a domicilio para seguir prestando servicio a sus clientes de salud.
- **Impulso** de la teleperitación para evitar visitas presenciales de peritos a domicilios y fortalecer los equipos de gestión de siniestros para agilizar su resolución con el apoyo y compromiso de las empresas y colaboradoras de asistencia, especialmente en el hogar.

Celebrar 190 años mirando al futuro

FENICE 190, 3.500 millones de inversión sostenible para la recuperación de la economía europea

Pocas empresas en el mundo pueden presumir de tener casi dos siglos de historia a sus espaldas. Generali, sí. Fundada en Trieste el 26 de diciembre de 1831, la compañía de seguros cumple 190 años, y lo va a conmemorar con diversas iniciativas que dejarán un reconocimiento tangible y duradero del vínculo entre el grupo y las regiones en las que nació y ha prosperado.

Para ello, la aseguradora nacida en Italia ha creado Fenice 190, un plan de inversiones dotado con 3.500 millones de euros para apoyar la recuperación de las economías europeas en las que opera, afectadas por el Covid-19.

Así, Fenice 190 prolongará las medidas extraordinarias lanzadas en 2020 para hacer frente a los efectos de la pandemia, que incluían inversiones en apoyo a las pymes y a la economía real, que ya superaban el objetivo establecido de 1.000 millones de euros. Además de esta cantidad inicial, GENERALI se compromete a destinar 500 millones de euros anuales durante los próximos cinco años al crecimiento sostenible, a través de fondos de inversión internacionales centrados en infraestructuras, innovación y digitalización, pymes, vivienda sostenible, centros sanitarios y educación.

"El 190 aniversario coincide con un año decisivo en el que debemos superar la crisis mundial más grave desde la posguerra y sentar las bases de una recuperación global a gran escala", señala Philippe Donnet, consejero delegado del grupo GENERALI, haciendo hincapié en que con Fenice 190 "queremos ser líderes en el camino de la recuperación, dejando un legado tangible para el futuro, con un apoyo significativo a los sectores más innovadores, sostenibles y estratégicos para el reinicio de la economía europea, al tiempo que fomentamos la inclusión de los más afectados por la crisis".

Sede de GENERALI en Milán, iluminada con motivo de su 190 aniversario.

Con los vulnerables

"Nos proponemos aprovechar nuestro extraordinario legado de competencias e historia para que pueda estimular el conocimiento y la inspiración de las generaciones futuras", afirma el presidente de Assicurazioni Generali, Gabriele Galateri di Genola.

Uno de los proyectos más simbólicos es abrir al público a partir de diciembre, una vez finalizados los trabajos de restauración y después de más de 500 años, las Procuratie Vecchie de Venecia. Estos simbólicos edificios que rodean la plaza de San Marcos se convertirán en el centro global de The Human Safety Net Foundation. Esta fundación, presente en 23 países, tiene como misión liberar el potencial de las personas vulnerables para que puedan mejorar las condiciones de vida de sus familias y comunidades.

Hasta la fecha, se han identificado diez oportunidades de inversión para un compromiso diversificado de 1.050 millones de euros, que van desde el apoyo a las pymes europeas, a la vivienda sostenible y a las infraestructuras –con un enfoque particular en la transición digital, la salud y la energía–, todas con una fuerte orientación a la sostenibilidad medioambiental y social.

Se convierten en permanentes iniciativas lanzadas en 2020 en apoyo a pymes

Además, entre otras iniciativas, GENERALI acaba de lanzar en España la primera edición de EnterPRIZE, con el objetivo de reconocer a las pymes más sostenibles del país. Las empresas ganadoras recibirán 30.000 euros para cada una de las tres categorías: Sostenibilidad Social, Sostenibilidad Ambiental y Solidaridad, y se presentará un *Libro Blanco sobre Sostenibilidad*, creado junto a la Universidad Bocconi, dedicado a los principios de sostenibilidad que tienen que aplicar las pymes europeas.

El aliado para remontar sin riesgos

CESCE COVID-19 ha permitido a 1.400 empresas pagar a sus proveedores y empleados

En apenas 72 horas, trabajando en remoto y en plena emergencia sanitaria. Así se gestó, en marzo de 2020, la Línea CESCE Covid-19, una de las iniciativas más importantes puestas en marcha en España para ayudar a las empresas con dificultades por la pandemia. Es la mayor operación de la aseguradora en sus 50 años de historia. Gestionada por cuenta del Estado, estará en vigor hasta el 31 de diciembre, con el objetivo de garantizar la supervivencia del tejido empresarial español.

La operativa consiste en cubrir el riesgo de impago de los créditos que los bancos conceden a las empresas. Esa liquidez bancaria, junto al respaldo de CESCE, permite a muchas empresas seguir pagando hasta la fecha a sus proveedores y empleados. Creada en marzo de 2020, con una dotación de 2.000 millones de euros para coberturas de crédito de circulante, está siendo un acicate para la recuperación económica española.

Ya ha beneficiado a más de 1.400 empresas, de las que 1.031, un 72%, son pymes. Este apoyo se gestiona a través de 22 bancos y las coberturas vinculadas a esta línea han ayudado a movilizar, de momento, más de 2.000 millones en créditos bancarios.

Esa capacidad para tejer una "red de seguridad" es la esencia de CESCE, una aseguradora de capital público-privado, con un 50,25% de participación estatal. "Hay que evitar que la crisis de liquidez derivada de la pandemia se convierta también en una crisis de solvencia", afirma Fernando Salazar, presidente ejecutivo de la empresa desde junio de 2018 y encargado de pilotar la compañía en una de sus etapas más difíciles.

Fachada de la sede de CESCE en Madrid.

Además de la Línea CESCE Covid-19, otros tres grandes aliados le acompañan en esa tarea. Por un lado, la cobertura de los riesgos de impago derivados de la compraventa de suministro de energía eléctrica entre los "consumidores electrointensivos". El objetivo es evitar la deslocalización y la pérdida de competitividad de la industria, facilitar a los productores la financiación de proyectos y garantizar precios fijos a los consumidores electrointensivos.

Por otro lado, la inversión en sostenibilidad y digitalización. El 100% de la energía que consume la compañía es de fuentes renovables. Además, dispone de parking para bicis y patinetes, utiliza vehículos ecoeficientes, ha reducido su consumo de plástico y cuenta con 42 paneles fotovoltaicos que permiten generar el equivalente al 3% del consumo energético anual del edificio. Uno de sus hitos más recientes ha sido la reducción de sus emisiones de CO_2: CESCE ha calculado su huella de carbono entre 2016 y 2019 y ha comprobado una reducción efectiva de las emisiones (de 438 t en 2016 a 223,5 t en 2019). Hoy sigue trabajando para compensar esa huella, a través de un proyecto de reforestación en Ejulve (Teruel). Esas actuaciones le han permitido obtener los sellos "Calculo, Reduzco, Compenso" de la Oficina Española de Cambio Climático por medir, reducir y compensar su huella de CO_2.

En tres años, CESCE ha reducido su huella de carbono de 438 a 223,5 toneladas

Muy pronto, CESCE lanzará también nuevas Pólizas Verdes con ventajas y descuentos para empresas ligadas a la protección y conservación del medio ambiente. Además, la compañía ha dado el salto a la Cloud híbrida, ha mejorado su capacidad y rapidez en el procesamiento de datos, ha puesto en marcha su API Market y el 95% de sus operaciones están automatizadas.

Ayuda social

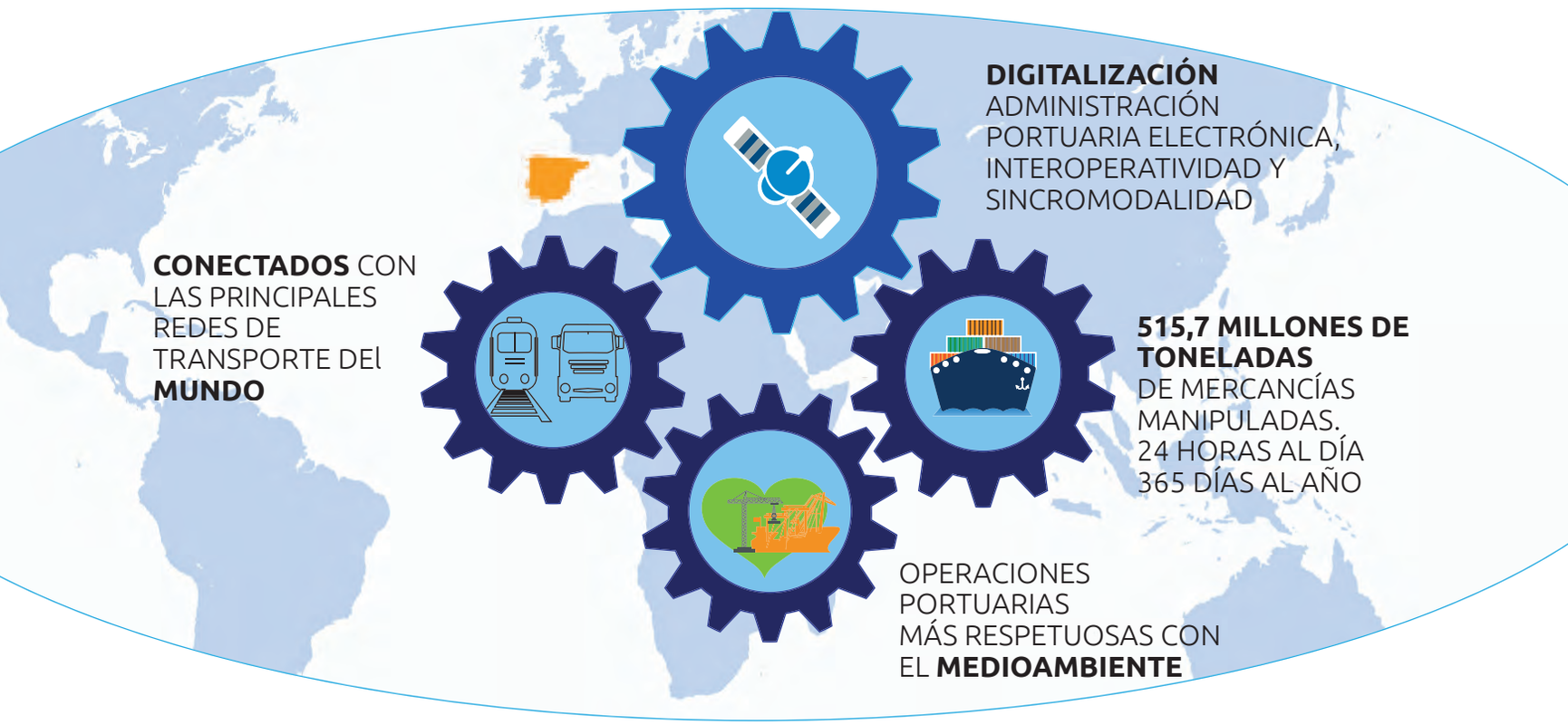
CESCE donó en mayo 5,2 toneladas de productos básicos y de primera necesidad al Banco de Alimentos de Madrid. Es la segunda Operación Kilo de Emergencia en la que ha participado la aseguradora desde que empezó la pandemia de Covid-19.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

Puertos del Estado

Puertos que mueven el mundo

Esenciales en el engranaje logístico de la economía global



www.puertos.es

Avda. del Partenón, 10 ● 28042 Madrid - Spain ● T +34 915245500

Reforzar la seguridad de los profesionales

TRABAJO continuo por la calidad del servicio y la fidelización de los mutualistas

En medio de la debacle generalizada causada por el Covid-19, hay aseguradoras como A.M.A. que han conseguido mantener una posición sólida. En concreto, esta entidad aumentó durante 2020 su beneficio un 28%, hasta superar los 12 millones de euros. "Con estas cifras, la mutua de los profesionales sanitarios se encuentra en las mejores condiciones para enfrentarse a los efectos negativos que la pandemia está causando en todos los sectores del tejido productivo español", aseguran.

Para lograrlo, una de las claves ha sido el continuo trabajo desarrollado en pro de la calidad del servicio y de la fidelización de los mutualistas. Siempre buscando una mayor eficiencia en la organización, en la comunicación y en el canal de venta.

El objetivo de la compañía es ser pioneros y, con la vista puesta en el futuro, seguir trabajando en la transformación tecnológica y de la organización mediante la puesta en marcha de un Plan de Sistemas, que se traducirá en una innovación en los procesos de producción y mejorará los productos ofrecidos a los mutualistas, conforme a las nuevas herramientas.

La aseguradora se está dedicando al desarrollo de las herramientas comerciales más novedosas para poder mejorar la retención de cartera y fidelizar a sus mutualistas. Apuestan firmemente por la digitalización de los servicios y la transformación tecnológica, en opinión de sus responsables, el mayor reto al que se enfrenta la compañía en la era pos-Covid.

En línea con lo anterior, la mutua de los profesionales sanitarios ha redoblado su apuesta por la sostenibilidad y el respeto a los límites ambientales, conceptos que forman parte de su modelo de gestión, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico y una sociedad más sostenible.

La apuesta por la digitalización de la empresa y la sostenibilidad nos permite hacer frente al deterioro de los ecosistemas. Así lo entiende Europa, que enmarca los fondos de reconstrucción Next Generation EU, de los que España recibirá 140.000 millones de euros hasta 2026, en dos grandes transformaciones: desarrollar una poderosa economía verde en Europa y no perder el tren de la digitalización.

Los mayores retos: la digitalización y la transformación tecnológica de la compañía

En opinión de los responsables de la entidad, los fondos Next Generation son una buena oportunidad para paliar la crisis pero también para modernizar la economía. Van a dar oxígeno financiero a proyectos que, de no ser por estas ayudas, no resultarían viables. Ahora solo falta que se ponga a disposición de las empresas con la agilidad, urgencia y flexibilidad que la situación requiere.

Como viene haciendo desde hace más de 50 años, A.M.A. seguirá trabajando con la mejor ilusión y la mayor dedicación para mejorar la calidad del servicio a los asegurados, como mutua pensada para proteger y dar seguridad a todos los profesionales sanitarios.

Comunicación

Se han intensificado los canales de información y asesoramiento y se ha prolongado el reto digital que inició hace años con la aplicación de nuevas tecnologías y el compromiso de omnicanalidad.

La actualización de la web, la revista *A.M.A.*, la *app* móvil, la información a través de las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn), el blog y las campañas online permiten estar en contacto permanente con los mutualistas, prestando un asesoramiento personalizado, adaptado a sus necesidades.

Diego Murillo, presidente de A.M.A.

“Un país sin investigación
es un país sin desarrollo”

Margarita Salas

Somos progreso.

Orbita.k es un programa de convocatorias creado por Kaudal y dirigido a empresas, principalmente a PYMES y entidades privadas, que tengan un proyecto de I+D+i. El objetivo es poder identificar proyectos de impacto social para impulsarlos con recursos privados a través del Mecenazgo Tecnológico.

Orbita.k

El ecosistema donde gravitan
las buenas ideas.

orbita-k.es

orbita.k es un programa creado por

kaudal

Con el apoyo de

ase Acción Social Empresarial

Damián Rodríguez Olivares

Fundación Pfizer

“Las empresas medianas son la clave de bóveda de la innovación”

ENTREVISTA **JOSÉ LUIS CURBELO**
Presidente y consejero delegado de Cofides

Virginia
MIRANDA RUFO

El Gobierno aprobaba en marzo el fondo de recapitalización de empresas afectadas por Covid, destinado a apoyar la solvencia de compañías medianas golpeadas por la pandemia, dotado con 1.000 millones de euros y gestionado por Cofides. Su presidente y consejero delegado, José Luis Curbelo, nos explica cómo se va a articular y cuáles son sus objetivos.

Pregunta. Cofides va a gestionar el fondo de recapitalización para empresas medianas. ¿De qué se van a ocupar desde su entidad?
Respuesta. Desde Cofides recibiremos y analizaremos la documentación de las empresas que soliciten financiación del fondo de recapitalización, verificaremos su elegibilidad de acuerdo con la normativa reguladora y elaboraremos una propuesta de inversión en la que se evaluará el riesgo de cada proyecto. Un comité técnico de carácter interministerial decidirá sobre su viabilidad y definirá las condiciones de financiación. También corresponde a Cofides la formalización de cada operación, su seguimiento y ulterior recuperación.

P. ¿Cómo se va a vehicular este apoyo?
R. Previsiblemente, los instrumentos de recapitalización más utilizados serán los préstamos participativos, de carácter subordinado con retribución vinculada a la evolución del negocio. También se realizarán inversiones de capital y deuda, esta última siempre de carácter complementario a las anteriores. La participación del Estado en el caso de las inversiones de capital será siempre temporal, minoritaria y con un acuerdo previo de salida. Y no habrá ayudas directas a fondo perdido.

P. ¿Cuántas empresas podrán beneficiarse?
R. Estimamos que unas 100, si bien es un cálculo que puede variar.

P. Desde que se anunciara la creación del fondo, ¿cuánto interés ha despertado?
R. Son numerosas las empresas y asesores que están solicitando información sobre la eventual operativa del fondo. Estamos a la espera de que culmine el proceso normativo que, con el visto bueno de la UE, defina los detalles operativos, pero esperamos ser capaces de invertir con acierto la importante cantidad de recursos asignada para fortalecer la recuperación de un segmento vital para la competitividad y el empleo de nuestro país.

P. ¿Qué resultados esperan alcanzar con esta línea de ayuda?
R. Esperamos haber facilitado la recuperación de la solvencia de muchas empresas medianas hoy en crisis de las que no solo dependen muchos empleos, sino que son la clave de bóveda de la innovación del país y vertebran toda la red de subcontrataciones con empresas de menor tamaño, profesionales y autónomos y servicios empresariales.

Beneficiarias del fondo

Pregunta. ¿Cuáles son los requisitos para acceder al fondo de recapitalización? Respuesta. Han de ser compañías con sede en España de tamaño mediano, con una cifra neta de negocio anual de entre 15 y 400 millones de euros. Las inversiones unitarias del fondo podrán llegar a los 25 millones. Si la empresa responde a la definición de pyme, el límite será de 15 millones. Las beneficiarias deberán haber sido viables a 31 de diciembre de 2019, haberse visto afectadas como consecuencia del Covid y mostrar altas probabilidades de superar su situación de crisis. En este sentido, habrán de tener capacidad para definir un plan de negocio que pueda ser auditado por terceros y contar con accionistas comprometidos con el futuro de la empresa y con un equipo de gestión suficientemente cualificado.

> Esperamos invertir con acierto la cantidad asignada para fortalecer la competitividad y el empleo

Listas para competir de nuevo en el mundo

LA ENTIDAD impulsa, junto a Red.es, Acelera Pyme para digitalizar a la pequeña y mediana empresa

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

Las pequeñas y medianas empresas españolas tienen un nuevo reto a la vuelta de la esquina. Cuando todo esto acabe, y ya se está notando la recuperación, tendrán que estar preparadas para volver a competir en un entorno global. El mundo ha cambiado y ahora es imprescindible digitalizarse para no quedarse en el camino.

La Cámara de Comercio de España es consciente de ese reto y de los cambios producidos. Por eso está acompañando con distintos planes a las pymes, autónomos y emprendedores en este proceso de digitalización. "Tenemos ante nosotros un gran reto como país. Se trata de aprovechar la recuperación económica para transformar nuestro modelo económico y el de nuestras empresas", dice José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España.

La red de oficinas Acelera Pyme es uno de esos instrumentos para poner en marcha ese cambio. Se trata de la creación, junto a Red.es, de un total de 60 oficinas por todo el país a través de la red de Cámaras de Comercio entre 2021 y 2022 para ofrecer ayuda y soporte a estos negocios en su proceso de transformación digital.

Este proyecto cuenta con un presupuesto de 9,9 millones de euros y ha recibido financiación europea a cargo de los fondos Feder.

La finalidad de estas oficinas "es mejorar la competitividad de las pymes", explica Julián López-Arenas, director de competitividad de la Cámara de España. Difusión, comunicación y sensibilización sobre la importancia de la implantación de estas soluciones son otras de sus funciones. "También serán un punto importante de información sobre todo tipo de ayudas que hay para la digitalización", añade.

Este año se pondrán en marcha 35 de estas oficinas y en 2021 las 25 restantes. El objetivo es llegar a 100 y cubrir todo el territorio nacional.

Las oficinas llevarán a cabo actuaciones de sensibilización tales como la generación, difusión y puesta en valor de contenidos sobre las ventajas de la incorporación de las TIC al proceso de negocio de las pymes; el establecimiento de centros demostradores para la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas; la capacitación sobre tecnologías digitales, así como la prestación de servicios tecnológicos e infraestructura.

Además, las oficinas ofrecerán servicios de asesoramiento y atención a autónomos y pymes en la resolución de dudas en sus procesos de transformación digital.

En la evolución de este y otros programas europeos la intervención de la Cámara va a ser esencial, porque, como sostiene su presidente, "somos agentes clave para acelerar la gestión de los nuevos proyectos europeos por nuestra capilaridad, experiencia y naturaleza pública".

Digital Toolkit

Las oficinas Acelera Pyme van a ser "punta de lanza" en la llegada a estas empresas del dinero procedente del proyecto Digital Toolkit, avanza Julián López-Arenas.

Son 3.000 millones de euros en subvenciones procedentes de los fondos Next Generation. El objetivo de este programa es la digitalización de un millón de pymes y del 80% de microempresas y trabajadores autónomos que hay en España.

José Luis Bonet: "Somos clave para acelerar la gestión de los nuevos proyectos europeos"

La inversión se toma en serio su influencia

CRECE el patrimonio en vehículos con criterios sostenibles y los basados en tecnología

Vera
CASTELLÓ LÓPEZ

Ya hay más de 130 fondos de inversión registrados en la CNMV, o en proceso de hacerlo, como promotores de sostenibilidad o con objetivo de inversión sostenible. Esta es la prueba de que la oferta de las gestoras ha evolucionado de forma significativa en los últimos años, al mismo tiempo que ha ido creciendo el interés de los inversores, cada vez más conscientes de que "la integración de factores de sostenibilidad no está reñida con la obtención de rentabilidades positivas, sino más bien al contrario", resume José Luis Manrique, director de estudios de Inverco. "Este tipo de inversión puede ser tan rentable como la que solo tiene en cuenta criterios financieros y, además, el riesgo puede ser incluso inferior".

Lo cierto es que la importancia que van a jugar los fondos de inversión en la transición energética se puede apreciar en, por ejemplo, medidas impulsadas por la Comisión Europea para asegurar la transparencia, estableciendo marcos conceptuales y estándares de medición que permitan hacer comparaciones fiables entre empresas. "Con ello se persigue evitar el efecto del *greenwashing* como debilitador de la confianza de los ahorradores", opina Joaquín Garralda, presidente de Spainsif. "Por ahora, la respuesta por parte de las gestoras, ofreciendo productos financieros ESG, es muy positiva; el paso siguiente es ver la respuesta de la demanda, los ahorradores, que se espera que también tengan una favorable acogida", aguarda Garralda.

Se aplican mecanismos para evitar el 'greenwashing' de las empresas

"No se trata ya de vender un producto ESG como tal frente a otros fondos que no lo son, es que muchas gestoras han adaptado plenamente sus procesos de inversión a los criterios de la inversión socialmente responsable", resalta Javier Méndez Llera, secretario general y director general del IEAF-FEF, algo que achaca a la gran aceptación entre el público inversor, "muy especialmente los institucionales y, dentro de los particulares, los más jóvenes".

También los fondos que basan sus carteras en cuestiones relacionadas con el desarrollo tecnológico y la digitalización, otra de las prioridades en el nuevo modelo de crecimiento económico, son cada vez más importantes e incluso muy atractivos por sus retornos. "Han sido los más rentables en los últimos años y también la pandemia les ha dado un fuerte impulso como consecuencia, fundamentalmente, del fuerte incremento en el uso del *ecommerce* y el teletrabajo", estima Paula Mercado, directora de análisis de VDOS. Y ha ayudado, asimismo, que se ha avanzado mucho en digitalización en sectores como salud, finanzas y ciberseguridad, "en un esfuerzo por atender las necesidades sanitarias y financieras por medios digitales y por proteger las transacciones monetarias digitales adecuadamente".

Todo ello ha llevado a que actualmente el patrimonio en fondos de tecnología, media y telecomunicaciones (TMT) supere los 3.100 millones de euros, después de registrar un aumento de 450 millones en 2020 y de más de 1.000 millones en 2019.

El interés del ahorrador tira del patrimonio

El Reglamento de la UE de Divulgación de Finanzas Sostenibles, conocido por sus siglas en inglés, SFDR, obliga a clasificar el nivel de influencia e impacto de los productos financieros. Así, VDOS identifica ya aquellos que, basados en su documentación legal, promocionan características de sostenibilidad (artículo 8 del SFDR) o si se trata de fondos con un objetivo de inversión sostenible (artículo 9). Según sus datos, a cierre de abril ya había en España 778 millones de euros gestionados en fondos con esta características.

"Especialmente desde el origen de la pandemia, las gestoras han tomado una mayor conciencia de la importancia de estos objetivos y han incrementado sus esfuerzos para poner a disposición de los inversores productos que se beneficiarán de esta gran tendencia", refiere Paula Mercado, directora de análisis de VDOS. Concretamente, en 2020 hubo un aumento patrimonial de un 168% y en 2019 del 68%. En lo que va de año, el alza es de un 35%, "lo que puede indicar una cierta estabilización respecto al brusco incremento del pasado año", apunta Mercado.

El efecto palanca de los bonos verdes

LA UTILIZACIÓN de ETF tiene un impacto directo en el medio ambiente y la economía

Los bonos verdes, las inversiones de renta fija, tienen un papel importante en la transición climática y también en la recuperación económica. Todavía representan una pequeña parte del mercado de deuda, pero cada vez crecen con mayor rapidez.

En diciembre de 2020, el mercado de bonos verdes superó el umbral psicológico de 1 billón de dólares de emisión acumulada desde 2007, cuando se creó el mercado. En 2020, año marcado por la crisis pandémica y por los confinamientos, se llego a la cifra récord anual de 290.000 millones de dólares, lo que supuso un crecimiento del 12%, según la Iniciativa de Bonos Climáticos (CBI) , una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es movilizar el mercado de deuda para las soluciones al cambio climático.

El ETF de deuda verde de Lyxor está alineado con los ODS de Naciones Unidas

El ritmo no se ha detenido en 2021 y hasta mediados de mayo la emisión acumulada llegó a 1,2 billones de dólares.

El ETF de bonos verdes de Lyxor, ETF Lyxor Green Bond, refleja el poder que tienen este tipo de activos en el camino de la transición. Es importante recordar que la mayoría de los bonos se rigen por el principio del uso de los ingresos. Esto significa que los fondos recaudados se destinan a financiar proyectos verdes específicos. Este principio hace que los ETF de bonos verdes sean una gran opción para actuar directamente sobre el clima de una manera sencilla, con la garantía de que su dinero se destina a proyectos con un impacto positivo en el medio ambiente.

En 2020, los tres principales sectores que recibieron ingresos del ETF Lyxor Green Bond, que tiene unos activos bajo gestión de 550 millones, fueron el de energía (45% del total), la construcción o rehabilitación de edificios terciarios o residenciales con certificación de bajo consumo energético y sostenibles (24%) y el transporte limpio (sistemas de transporte ferroviario de mercancías o pasajeros, vehículos eléctricos o de combustibles alternativos e infraestructuras para bicicletas), con el 19%.

El impacto del ETF de Lyxor se puede ilustrar de una forma más práctica: con los fondos gestionados de los inversores se evitaron 438.000 toneladas de emisiones equivalentes de CO_2, lo que supone a su vez retirar casi 95.000 vehículos de la carretera durante un año; se financió suficiente energía renovable para abastecer a casi 28.000 hogares, y se trató agua como para llenar 16 piscinas olímpicas.

A través de este producto, los inversores apoyaron 7 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU que pretenden erradicar la pobreza, luchar contra la desigualdad y hacer frente al cambio climático en 2030.

Las tres mayores posiciones a los ODS en la cartera de Lyxor son energía limpia y accesible (41,5%), cambio climático (24,7%) y ciudades y comunidades sostenibles (21,8%).

Carretera con curvas en Alemania. GETTY IMAGES

Emisores

Los Gobiernos de Alemania, Egipto, Hungría y Suecia emitieron por primera vez bonos verdes en 2020. El 48% del total procedió de Europa, y fueron EE UU, Alemania y Francia los que colocaron la mayor oferta de deuda.

El 77% de los participantes en una encuesta de Reino Unido consideraron el cambio climático como un riesgo importante y, sin embargo, solo el 15% dijo que invertía en ese sentido.

Cuando la clave está en un clic

LAS PATRONALES del sector textil y los expertos coinciden en que la realidad aumentada o los asistentes virtuales tendrán un papel decisivo en su recuperación

Gabriele
FERLUGA BASTIANI

Hacer de la necesidad virtud. En este lema tal vez se condense la estrategia que guía a la distribución textil y los grandes almacenes desde que estalló la emergencia sanitaria el año pasado. Si la crisis derivada de la pandemia de Covid ha tenido un impacto catastrófico en estos sectores por las medidas destinadas a frenar la propagación del coronavirus, no menos cierto es que esta también ha impulsado la digitalización a un ritmo desconocido en condiciones normales, según expertos y profesionales. Un cambio que constituye una baza para volver a crecer.

El comercio online de prendas creció un 45% en 2020

De momento, las cifras son demoledoras. En el último año, el comercio no esencial –en el que se incluye el textil– ha estado cerrado, total o parcialmente, más de 100 días en varias comunidades autónomas, hasta el pico de Cataluña, con 222. Por ello, "las ventas de ropa y moda en España en el primer cuatrimestre siguieron un 40% por debajo del nivel anterior a la crisis", señala el director general de la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (Anged), Javier Millán-Astray.

"La situación es insostenible, no se ve la luz", se queja; en la misma línea, el presidente de la Asociación Nacional del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex), Eduardo Zamácola, añade: "Necesitamos percibir cuanto antes las compensaciones económicas que pedimos, y lo principal es que estemos todos vacunados porque, si no, las ventas seguirán cayendo". Mientras tanto, "el comercio online de prendas en España creció el año pasado un 45%, al recorrer en meses un camino que hubiera llevado años en otro contexto; pero este canal partía de una penetración del 10% al inicio de la crisis, frente al 20% de media global", apunta Enrique Porta, socio responsable de distribución y consumo de KPMG.

Para Jaume Hugas, profesor del departamento de operaciones, in-

Digitalización

"Un cuarto de la inversión que acometían nuestras compañías antes de la crisis se destinaba a la digitalización", reivindica Javier Millán-Astray, director general de Anged. Ya que este cambio afecta "no solo a las ventas, sino a todos los procesos", destaca "el talento y la capacidad técnica que atesoran las empresas del sector" para hacerlo posible.

GETTY IMAGES

80%

es el objetivo de reducción de emisiones comprometido por las grandes empresas de distribución hasta 2050.

50

es el número de establecimientos de residuo cero cuya creación han impulsado estas compañías.

26.000

son las referencias certificadas como sostenibles, según la patronal de la distribución Anged.

novación y *data sciences* de Esade, "estaba claro que en España, antes de la pandemia, a todas las marcas textiles y de grandes almacenes les sobraban tiendas y les faltaba inversión en *ecommerce*; la mayoría de ellas se han visto desbordadas por la subida de las ventas por este canal durante la pandemia –con algunas puntas superiores al 100%– y se ha visto demasiado el mensaje de 'no disponible en stock".

Zamácola se muestra convencido de que "el formato online nunca superará el hábito de salir de compras". Aun así, en palabras de Javier Vello, socio responsable del sector de distribución y productos de consumo de EY, "por primera vez la localización no es el aspecto clave a la hora de vender y en los próximos años veremos un desarrollo del canal digital como nunca ha pasado antes, en el que se incluirán la realidad aumentada y virtual o los asesores digitales".

Bien es verdad que en el corto plazo las previsiones son aciagas: "Vamos a perder las temporadas de verano y otoño", avanza Zamácola, quien augura que se alcance la inmunidad de rebaño en octubre. No obstante, en el medio plazo, son más alentadoras. "Globalmente, se espera que los volúmenes de actividad precrisis se recuperen el próximo año y que a partir de 2023 el sector registre crecimientos similares a la tendencia previa a la pandemia, es decir, un 5% anual", recalca Porta. "El comercio electrónico en el textil va a superar el 50% del total y se crearán tiendas de experiencia digitalizada y más grandes, con un nivel más alto de personalización", explica Hugas.

"El *ecommerce* es mejor en la navegación por el catálogo, en sistemas de pago y en el inventario, pero las tiendas lo superan en ultraconveniencia (traje de baño), *touch and feel* con realidad aumentada y virtual (perfumes y alta moda), exploración inmersiva (Prada, Chanel) y consejo personal (el *try-on virtual* de Uniqlo)", añade el profesor. "Según las Universidades de Wharton y Harvard, en las tiendas que desarrollen algunas de estas nuevas experiencias los clientes gastarán un 60% más", concluye.

Las ayudas impulsarán la sostenibilidad

Uno de los retos más importantes que el sector textil y grandes almacenes debe afrontar si quiere adaptarse al entorno que le espera en los próximos años es la sostenibilidad. "Tendrá que convencer a los consumidores de que se puede gastar el mismo dinero en ropa, adquiriendo menos cantidad pero prendas más sostenibles, más duraderas y, por ende, con un precio más acorde al servicio y a la utilidad que prestan", señala Javier Vello, socio responsable del sector de distribución y productos de consumo de EY.

"Las marcas necesitan evolucionar desde vender lo que se fabrica a fabricar lo que se vende", según Enrique Porta, socio responsable de distribución y consumo de KPMG, para quien en este sector se impondrá "la optimización en el uso de materias primas y consumo de agua, la revisión de los procesos productivos y la disminución del uso de productos químicos, entre otras medidas".

En este marco, los fondos europeos destinados a la recuperación "pueden acelerar su transformación, aunque no hay que fijarlo todo a este maná; las compañías deben reflexionar sobre el número de prendas que ponen en el mercado", destaca Vello.

"Ojalá las ayudas no vayan solamente a las grandes empresas y fluyan también a las tiendas de barrio para que puedan seguir con su necesaria función social", espera el profesor de Esade Jaume Hugas.

INDITEX

El inventario único evita excedentes

LAS INVERSIONES en su plataforma le han hecho ganar en eficiencia y agilidad en la respuesta

Inditex continúa avanzando en la transformación estratégica que viene impulsando desde 2012 hacia un modelo de negocio totalmente integrado, digital y sostenible. Una realidad que es posible "gracias al compromiso y al trabajo muy eficiente de todas las personas que integran el grupo", subraya su presidente, Pablo Isla.

Las inversiones realizadas desde entonces en su plataforma integrada de tiendas y negocio online, llamada Inditex Open Platform, permiten que la compañía se adapte con eficiencia y agilidad a las cambiantes necesidades de sus clientes. En este sentido, juega un papel muy relevante la implantación de un inventario único integrado digitalmente y que elimina los excedentes.

A través de esta arquitectura digital propia, abierta y modular, la compañía se adapta al cliente en tiempo real, ofreciéndole la posibilidad de interactuar. Este ahora puede visitar la tienda y comprar online, solicitando la entrega en su domicilio o en el propio comercio; realizar cambios o devoluciones de pedidos online en la tienda de su conveniencia, o acceder a través de la *app* al stock de un determinado establecimiento utilizando el servicio Modo Tienda, entre otras cosas.

La arquitectura digital propia se adapta al cliente en tiempo real

Una pieza esencial en la evolución de este modelo integrado son las tiendas de alta calidad y diferenciadas. Por ello, una de las prioridades estratégicas del grupo es la apertura de nuevos comercios digitalizados, integrados y ecoeficientes, y las reformas en esa línea de los ya existentes.

Pablo Isla, presidente.

35%

es la proporción de las prendas de Inditex que destacan por sostenibilidad de materiales y procesos.

Inditex está acelerando también su plan de sostenibilidad, aplicable a toda la cadena de valor e impulsado por todos los equipos del grupo. De esta forma, más del 35% de las prendas comercializadas por las marcas cuenta con el distintivo Join Life, que reconoce aquellas que destacan en materia de sostenibilidad de materiales y procesos.

Asimismo, la empresa ha realizado la conexión de sus tiendas al sistema de control centralizado de alta eficiencia energética Inergy y ha apostado decididamente por las fuentes renovables, que representarán el 90% del consumo energético total en 2021.

La sede de Inditex, en Arteixo (A Coruña).

Making a meaningful difference to brands, businesses, and people

HAVAS
MEDIA GROUP

havasvillage.es

Un clásico que nunca falla

EL CORTE INGLÉS ha transformado su modelo de negocio para hacerlo más sostenible y omnicanal

Orientado por el Pacto Verde europeo, los ODS de Naciones Unidas y los acuerdos de París contra el cambio climático, y tomando como referencia los planes de recuperación económica de la UE y del Gobierno, El Corte Inglés ha diseñado su Plan Director de Sostenibilidad y RSC 2021-2025. Con esta estrategia, el grupo se ha propuesto reducir su impacto en el medio ambiente con un horizonte: llegar a cero emisiones en 2050. Así, 55 de sus centros y plataformas logísticas –cuatro de ellos en Portugal– tienen la certificación Residuo Cero de Aenor, que garantiza la gestión y reutilización de al menos el 90% de sus residuos. Para 2022, el grupo prevé que todos cuenten con ella.

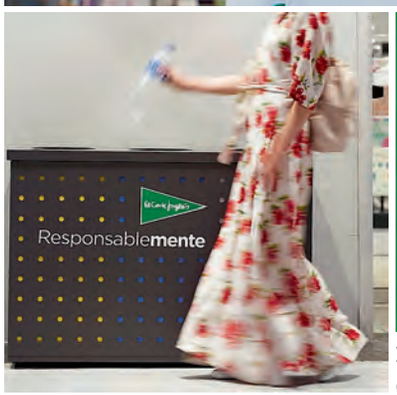
Con la intención de mitigar sus emisiones de CO_2, consume un 100% de energía de origen renovable, optimiza las rutas logísticas y la carga de sus vehículos y dispone de más de 300 puntos de recarga de coches eléctricos en sus aparcamientos, el mayor parking privado de estas características en España.

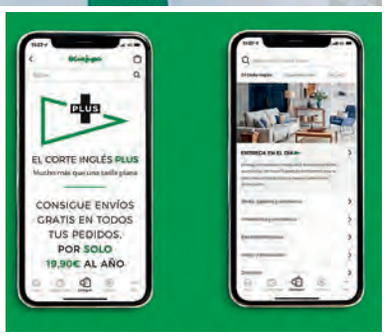
Respecto al uso del plástico, que la compañía quiere reducir un 30% en 2025, ha procurado que todas las bolsas de los supermercados sean recicladas y reutilizables y participa de la iniciativa Nueva Economía del Plástico de la Fundación Ellen MacArthur, que, aplicando los principios de la economía circular, reúne a los actores clave para rediseñar el futuro de los plásticos.

Marca propia, océano azul

Las marcas propias de El Corte Inglés han entrado en la rueda de la economía azul. En sus colecciones de baño hay prendas confeccionadas con desechos de plástico recuperados del mar para uso textil. También de los océanos procede la materia prima de sus almohadas y nórdicos de poliéster, elaborados con procesos que reducen el uso del agua y el nivel de CO_2, y los peluches, creados a partir de botellas PET.

En alimentación, su salmón ahumado tiene el certificado ASC, que garantiza su procedencia de acuicultura sostenible, y las anchoas del Cantábrico, el certificado MSC de pesca responsable.





La reducción del plástico y la *app*, dos planes de presente y futuro.

Los propios artículos a la venta en El Corte Inglés tienden a la sostenibilidad. Actualmente son más de 100.000 referencias en moda, hogar, tecnología, ocio y alimentación.

Logística al día

El peso de la venta online de El Corte Inglés se ha incrementado un 132%, hasta alcanzar el 17,3% del negocio del *retail*, y las visitas a su web y *app* han aumentado un 41,4% respecto a 2019. La crisis provocada por el Covid ha cambiado los hábitos de consumo y el grupo ha acelerado su digitalización para adaptarse a las nuevas necesidades del cliente omnicanal.

El pasado mes de septiembre lanzaba su *app* para fusionar la venta online y offline, y en solo cinco meses lograba más de un millón de descargas. Con ella es posible diseñar una carta de compra para pasear por la tienda en modo *manos libres*, agrupando los productos elegidos, realizando un único pago sin cargar con las bolsas y pudiendo elegir entre la recogida en tiendas, Supercor y oficinas de Correos, o el envío a casa o al trabajo, con entrega estándar o exprés y la posibilidad de contratar una tarifa plana única de 19,90 euros anuales.

Entre sus funcionalidades destacan también su buscador de moda, que permite localizar artículos mediante la subida de fotos o el escaneo del código de barras, o sus opciones para pedir presupuestos, contratar seguros o pagar con la tarjeta de El Corte Inglés desde la aplicación o el escaneo de un QR.

Reestrena coche una y otra vez con

RE DRIVE

Smart Renting

Renueva tu coche siempre que quieras con **ReDrive; el smart renting de vehículos de ocasión** con ventajas nunca vistas para ti que **lo quieres todo:**

Quieres la mayor **oferta de modelos de ocasión: 100% revisados**.

Quieres tenerlo ya:
Con **disponibilidad inmediata**.

Quieres **ahorrar**:
Primeras marcas a precios inmejorables.

Quieres tener **flexibilidad**:
Elige tu plazo y **cámbialo sin gastos** cuando quieras.

Quieres **comprarlo**:
A partir de los **seis meses**, renueva el renting, devuélvelo o cómpralo **con descuento de hasta el 50% de las cuotas pagadas***.
** Máximo 3 cuotas.*

Pásate ya a **ReDrive** y disfruta del **revolucionario** servicio de **ALD Carmarket.**

Infórmate ya en:
shop.aldcarmarket.com/es-es

ALD Automotive

Tienda física y virtual, una apuesta rentable

TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

EL GRUPO da con esta fórmula servicio al cliente, protege el tejido comercial y vertebra el territorio

Una empleada dentro de una tienda de Pedro del Hierro y la encargada en Calatayud de Springfield, Sandra Perruca.

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

Sandra Perruca mira con optimismo el futuro. La encargada desde 2013 de la tienda de Springfield en Calatayud, una localidad aragonesa de poco más de 20.000 habitantes, tiene un proyecto de vida en el lugar donde nació. Y lo tiene porque conoce la estrategia de Tendam, propietaria de esta firma y de otras como Cortefiel, Women'secret o Pedro del Hierro, sustentada por un modelo que une la tienda física con lo digital.

Los locales del segundo grupo español del sector de la moda son algo más que espacios donde solo se vende la marca principal. Son también un punto de entrega de la venta online del resto de marcas de la compañía y de aquellas que se comercializan en las plataformas multimarca del grupo.

"Ante momentos pasados de incertidumbre sobre el futuro del comercio, hoy estoy muy cómoda porque veo una evolución de nuestra tienda que, pese a dar entrada al entorno digital, no me deja a mí atrás", reflexiona Perruca.

Dar servicio al cliente, proteger el tejido comercial y vertebrar el territorio. Con estos tres elementos resume Ignacio Sierra, director general corporativo de Tendam, la idea que sustenta la postura de la empresa. "Nuestra apuesta es muy clara por esta omnicanalidad, donde el eje vertebrador es la transformación digital. Pero sobre un sistema que cuenta cien por cien con la tienda física", explica. Casi la mitad de los 800 establecimientos que tienen en España están situados en poblaciones de menos de 100.000 habitantes. La tienda es, además, el lugar donde los clientes recogen el 50% de los pedidos online y donde se producen el 70% de los cambios o devoluciones.

El otro gran reto al que está dando respuesta Tendam es la sostenibilidad. En el aspecto social, protegiendo a las personas que trabajaron en el grupo en los momentos más complicados de la pandemia; a los empleados, con microcréditos y adelanto de las nóminas; con los franquiciados, facilitando financiación, y con los proveedores, asumiendo pedidos en los momentos difíciles. "Tenemos una huella diferencial en el sector social", afirma Sierra.

En el aspecto medioambiental también avanzan. "Hemos adquirido un compromiso de producto sostenible en nuestras colecciones". "El 50% de todas nuestras colecciones lo será antes de 2023", concreta. Y recuerda que, aunque en marcas como Cortefiel o Pedro del Hierro "se está progresando muy fuerte", otras como "Slowlove lo son al 100%, Hoss Intropia lo es al 33% y todo el denim lo es ya al 70%".

Y en cuanto a la responsabilidad de disminuir la emisión de gases contaminantes, Sierra ofrece estos datos: "La reducción de nuestra huella de carbono directa ha sido de un 60% en 2020, y a esto se suma que el 100% de la energía que se consume en España en operaciones propias es ya de origen sostenible".

Mujer y joven

El empleo que genera el grupo Tendam impacta principalmente en tres grupos sociales: jóvenes, los que buscan su primer empleo y mujeres en su mayoría.

El 84% de la plantilla lo ocupan ellas. El 56% está en puestos de dirección y mandos superiores y el 30%, en el comité de dirección. El objetivo es la paridad en 2030.

LEY VERDE DEL VIDRIO

JURISPRUDENCIA

El caso del reciclaje en el contenedor verde contra el cambio climático y la explotación de los recursos naturales.

Hechos fehacientes:

Con la energía ahorrada gracias al reciclaje de 10 envases de vidrio se pueden conseguir 6 cargas de lavadora o un año de batería para un smartphone.

Además, se evitan las emisiones de CO2 equivalentes a 15 kilómetros de trayecto en coche.

Gana el planeta y ganas tú.

ecovidrio
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO

Reparar un coche lanzado a 200 km/h

BAJO una fuerte presión de la demanda, el gran consumo ha logrado potenciar el canal online y crecer un 6% en 2020

Gabriele
FERLUGA BASTIANI

Si hay un sector que sale bien parado de la crisis, este es el de supermercados. Sometido a una fuerte presión el primer año de la pandemia, sus ventas crecieron de forma inusual en poco tiempo. Alguna incertidumbre se cierne sobre la próxima "nueva normalidad", pero los expertos coinciden en que el rápido fortalecimiento del canal digital ha llegado para quedarse.

"Ha sido como cambiar las piezas de un coche que circula a 200 kilómetros por hora", ejemplificó un empresario de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas), al referirse al peor momento de la emergencia sanitaria. Para su director general, Ignacio García Magarzo, los retos principales fueron garantizar el suministro ante "grandes afluencias de clientes que hacían acopio de alimentos" y "establecer las medidas de seguridad".

Todo un éxito que ha llevado al gran consumo a crecer por encima del 6% el año pasado, según la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc). "Es un dato atípico en un sector poco volátil, y que se explica por el trasvase del consumo desde fuera hacia dentro del hogar como consecuencia de las restricciones", subraya su director general, José María Bonmatí.

Un cliente en la frutería de un supermercado.

En este contexto, y "en el marco de las restricciones a la movilidad, el ganador ha sido el supermercado de proximidad", señala Javier Vello, socio responsable de distribución y consumo de EY. "Es razonable pensar que parte de este crecimiento se revierta a medida que se reactive la restauración, como ya hemos visto en los primeros meses de este año", vaticina Enrique Porta, socio responsable de distribución y consumo de KPMG, si bien, para Bonmatí, "mucho dependerá del avance de la vacunación y de la confianza de los consumidores".

Lo que es cierto es que las empresas han tenido que adaptar a pasos acelerados su canal online. "Ahora crece el consumidor que aprovecha las ventajas tanto del *ecommerce* como de la tienda física, por lo que los supermercados reforzarán todavía más esta complementariedad", concluye Magarzo.

El ganador ha sido el súper de proximidad

Un consumidor más atento a la sostenibilidad en tiendas más eficientes

- **El usuario** de supermercados que surge de la pandemia busca mercancías locales y muestra un interés creciente por los productos ecológicos, según un estudio de EY.
- **El desafío** de la sostenibilidad afectará a "logística, puntos de venta, transporte hacia la tienda y los hogares, establecimientos y envases", asevera Enrique Porta, de KPMG.
- **"La utilización** de los fondos europeos impactará, sobre todo, en la eficiencia energética de las tiendas y la cadena de suministro", señala Javier Vello, de la consultora EY.
- **"Como ocurrió** en la anterior crisis, la pandemia podría provocar un nuevo impulso para los descuentos, los precios bajos y las marcas de distribución", en opinión de Porta.
- **Vello asegura** que "la recuperación y la digitalización cambiarán el sector, que contará con un consumidor más informado y digital, con más conciencia social y sostenible".

El súper del futuro dice sí al planeta

PARA ATENDER los pedidos online cuenta con grandes almacenes en Madrid, Barcelona y Valencia

Julia
F. CADENAS

El año de la pandemia ha afianzado la transformación digital y la sostenibilidad de Mercadona, un camino que la compañía valenciana ya inició en 2018. El pasado mes de abril de 2020, en pleno confinamiento y debido a la alta demanda, el supermercado abrió un nuevo servicio online en Madrid: un nuevo almacén destinado exclusivamente a los pedidos por internet, denominado *colmena*.

El nuevo centro de distribución online ha supuesto una inversión de 12 millones de euros y se une a las otras dos *colmenas* que Mercadona tiene ubicadas en Barcelona y Valencia. En total, los almacenes emplean a más de 1.400 personas que conforman el proyecto de compra online de la cadena de supermercados que ha llevado a la compañía a alcanzar los 176 millones de ingresos a través de este canal.

Además, la empresa encara una total transformación hacia un modelo más sostenible. Después de adquirir en marzo de 2020 el compromiso público de "dar el sí a seguir cuidando el planeta", Mercadona ha puesto en marcha un nuevo plan para atajar las consecuencias dramáticas que tiene un consumo desproporcionado de plástico, la Estrategia 6.25, un proyecto con un triple objetivo: reducir un 25% de plástico, lograr que todos los envases sean reciclables y reciclar todo el residuo de este material tan contaminante. Para ello, ha invertido 140 millones de euros en cinco años.

Para cumplirlos, la cadena de supermercados ha puesto en marcha acciones concretas: está eliminando las bolsas de plástico y las desechables de un solo uso en todas las secciones, también el plástico en los envases; trata de favorecer que sean reciclables, recicla todos los residuos de plástico producidos, y, por último, informa a los clientes sobre cómo separar los residuos en casa.

Estrategia 6.25: 140 millones de euros hasta 2025 para reducir el uso de plástico

Sistema de Gestión Medioambiental

Para la firma, la protección del planeta es una responsabilidad ineludible que, como tal, aborda desde todos sus procesos. La compañía dispone de un Sistema de Gestión Medioambiental propio, con el que trabaja para reducir el impacto de su actividad en el medio ambiente.

Lineal de pizzas refrigeradas envasadas con material reciclado.

Pisa el acelerador de la sostenibilidad

- **Iniciativa Lean & Green.** Mercadona ha desarrollado un plan de acción para acreditar en 2023 una reducción de emisiones del 10%, hasta alcanzar una disminución acumulada del 30%.
- **Menaje sostenible.** La empresa ha sustituido los desechables de plástico de un solo uso por menaje sostenible, por lo que deja de usar 3.000 toneladas de plástico al año, lo que equivale a 120 camiones.
- **Nuevos centros.** En 2020 inauguró 72 súper que cuentan con papeleras para papel, plástico, residuos orgánicos, pilas y cápsulas de café, aplicando los principios de la economía circular.
- **Formación de empleados.** Mercadona ha reforzado la formación de sus 90.000 trabajadores en sostenibilidad, reducción de plástico, gestión de residuos y aspectos de la Estrategia 6.25.
- **Nueva guía de envases.** La compañía ha transmitido los objetivos a sus proveedores para que de aquí a 2025 sus envases sean reciclables y utilicen un 25% menos de plástico.

La despensa para un mercado global

UN MOTOR de la economía que no se cala, pero que necesita de la recuperación de la hostelería y el turismo para no griparse

Inma
MOSCARDÓ ROCA

Si alguien tenía alguna duda de que la alimentación es un sector estratégico y esencial, todas han quedado despejadas durante este largo año de pandemia. Tanto este como el sector de la distribución han funcionado como un engranaje perfecto para evitar el desabastecimiento de tiendas y supermercados o la rotura de stocks en los momentos más críticos de la crisis, e incluso han sido de los pocos que registraron un aumento de ventas y se han encontrado con la explosión del comercio online para llenar la cesta de la compra.

Con la vista puesta en el futuro, los actores de esta industria están convencidos de que serán el motor del crecimiento en nuestro país y trabajan para impulsar la competitividad de las empresas y su promoción internacional con el ambicioso objetivo de fomentar las exportaciones a todos los rincones del mundo. Las ventas al exterior en 2020 alcanzaron los 33.945 millones de euros, un aumento del 4,4% respecto al año anterior, apoyadas sobre todo en el tirón de nuestros productos cárnicos en China.

Entre los desafíos que afronta el sector figuran la digitalización y la sostenibilidad de los alimentos. Su otro gran reto, la supresión de los aranceles impuestos por la Administración Trump a productos españoles de alimentación y bebidas, ha quedado superado por el momento gracias al histórico acuerdo alcanzado a mediados de este mes entre la UE y la Administración Biden, por el que quedan suspendidos durante cinco años.

"Es innegable que el Covid-19 ha hecho mella en nuestro desarrollo y ha supuesto un golpe para el sector industrial de alimentación y bebidas, pero también es cierto que hemos resistido mejor los estragos de la pandemia que el resto de la industria manufacturera y el conjunto de la economía española", reconoce Mauricio García de Quevedo, director general de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

Ese varapalo de la crisis se traduce en "el final de seis años de crecimiento continuado en parámetros de producción, el peso del valor añadido o la creación de empleo, poniendo fin a una tendencia positiva que la industria de alimentación y bebidas acumulaba desde hace más de un lustro", explica el portavoz de FIAB.

La industria crea el Centro de Digitalización para impulsar el cambio en las pymes

En términos de producción, la industria de alimentación y bebidas ha sumado 129.854 millones de euros, lo que refleja un descenso del 5,3% con respecto a 2019, cifra inferior a la caída del conjunto de la economía española (11%), según los datos del *Informe Económico 2020* de FIAB.

FOTOS: GETTY IMAGES

129.854

millones de euros fue la producción de la industria de alimentación y bebidas en 2020, con un descenso del 5,3%.

33.945

millones de euros totalizaron las exportaciones el año pasado, con un aumento del 4,4%.

El tabaco, en mínimos históricos

El tabaco tampoco ha escapado a los daños colaterales de la pandemia. La caída del turismo y el cambio de hábitos por las restricciones, sin ocio y sin apenas relaciones sociales, han provocado que "las ventas de cigarrillos se situaran en 2020 en su mínimo histórico al caer más del 8%, hasta rozar los 2.061 millones de cajetillas. Tendencia que se mantiene este año", confirma Águeda García-Agulló, presidenta de la Mesa del Tabaco.

El sector teme que medidas excepcionales contra el Covid-19, como la limitación de derechos fundamentales, se aprovechen para una regulación más restrictiva.

La Mesa defiende su compromiso con la digitalización y la sostenibilidad: "Ya es posible trazar una cajetilla y un paquete de tabaco de liar desde su fabricación hasta el punto de venta. En 2024 se extenderá a todas las labores del sector", y destaca su innovación en nuevos productos como el tabaco calentado, logros como que el 81% del tabaco se trata en secaderos de biomasa, el esfuerzo por reducir las emisiones y el trabajo en el ámbito de los residuos.

"En línea con la producción", añade García de Quevedo, "el valor añadido bruto (VAB) ha registrado un descenso hasta los 24.594 euros, es decir, un 8,37% inferior a los registros de 2019. La participación del VAB de los alimentos y bebidas sobre el total de la economía se ha mantenido en torno al 2,4% y en el 14,75% del total de la industria. Un dato que subraya el carácter esencial de los alimentos y las bebidas en nuestra sociedad".

Ni el tirón de la demanda en los hogares ni el dinamismo de las exportaciones han podido contrarrestar la debacle que han sufrido sectores como la hostelería y cuya reactivación resulta fundamental para "recuperar el 100% de nuestra actividad", advierte FIAB.

Otro medio clave para contribuir al fortalecimiento de la industria es la digitalización. En opinión de García Quevedo, "hablamos de adoptar tecnologías habilitadoras como el *blockchain* o el *big data*, y de facilidades a la hora de afrontar los cambios en el mercado y el consumidor, así como los cambios estructurales y organizativos de las empresas".

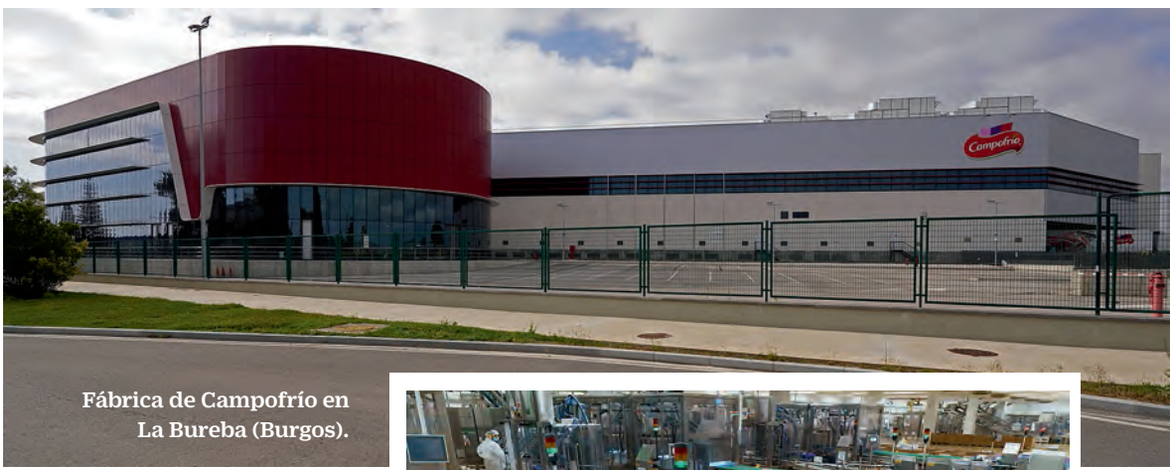
Como otros sectores, el de alimentación sueña con el apoyo de los fondos Next Generation para afrontar retos como el de la digitalización o la sostenibilidad. De hecho, FIAB y EY han presentado el primer Centro de Digitalización del Sector para impulsar la transformación de las pymes, que ofrece tres servicios: el Centro Smart Factory, una Plataforma de Ciberseguridad y un Centro de Automatización Inteligente, susceptibles de ser financiados por Bruselas.

Peticiones

El sector se enfrenta al gran reto de alimentar a una población mundial que alcanzará los 10.000 millones de personas a mediados de siglo, para lo cual impulsa la adaptación a modelos de producción sostenible, asegurando el equilibrio ambiental, elevando la biodiversidad y la continuidad de los recursos para generaciones futuras. Con ese fin, reclama también medidas de apoyo público para las empresas que realicen inversiones en I+D+i y economía circular.

Comprometidos con la nueva realidad

LA TRANSFORMACIÓN tecnológica y el respeto del planeta vertebran la acción de la empresa



Fábrica de Campofrío en La Bureba (Burgos).

2.900

es el número de empleados de Campofrío que trabajan en ocho centros de producción, ubicados en Castilla y León, Castilla-La Mancha, Valencia, Extremadura y Madrid.

Ante el panorama incierto que deja la pandemia y unos clientes cada vez más conscientes y exigentes, Campofrío, empresa líder en el mercado de elaborados cárnicos en España y que comercializa las marcas Campofrío, Navidul, Revilla y Oscar Mayer, y una amplia gama de productos, organiza su estrategia, entre otros ejes, alrededor de la transformación digital y la sostenibilidad.

La firma lleva años digitalizando y automatizando partes importantes de sus procesos. Ahora está integrando todos estos eslabones para multiplicar los beneficios de la digitalización en el conjunto del negocio y simplificar los procesos para clientes, trabajadores y proveedores. De esta forma, mejora también la toma de decisiones, a través de una información integrada en tiempo real.

En la misma línea, la compañía –que exporta sus productos a más de 60 países en los cinco continentes– está desarrollando un proyecto en colaboración con el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y Accenture para evaluar la fortaleza de la cadena de suministro, que consiste en simular las operaciones y los flujos en su red de fábricas y almacenes.

El objetivo de este test de estrés es identificar riesgos, amenazas y dependencias de la cadena de suministro, especialmente ante circunstancias graves como el cierre de un puerto o los cambios drásticos que se pueden dar en la demanda, como ocurrió al principio de la emergencia sanitaria.

En cuanto a la sostenibilidad, Campofrío ha sido la primera empresa cárnica en recibir la certificación Residuo Cero de Aenor, para su fábrica de La Bureba (Burgos). La compañía está elaborando también un plan que se adelanta a la estrategia de economía circular de la UE, al incluir la reducción del material de envase, acometer la transición hacia elementos reciclables hasta donde es técnicamente posible y estudiar nuevas soluciones.

Gran parte de las instalaciones de la empresa, además, se sitúan en entornos rurales, lo que permite estar cerca de sus proveedores ganaderos y garantizar el empleo local. Trabaja también con las autoridades locales para mejorar la competitividad rural y fomentar el rol de la mujer y los jóvenes en estos entornos.

Asimismo, en el ámbito del bienestar animal, Campofrío Frescos es pionera en la auditoría y certificación Animal Welfare Quality y cuenta con estrictos protocolos que superan lo exigido por la legislación y con cámaras de vigilancia para verificar su cumplimiento.

Trazabilidad

En el campo de la trazabilidad, Navidul se convirtió el año pasado en pionera en el sector al incorporar el *blockchain* a sus piezas ibéricas, lo que permite conocer el ciclo de vida de jamones y paletas a través de información veraz, completa e inmutable, ofrecida por todos los proveedores.

Hacia un modelo más digital e interconectado

LAS SOLUCIONES de gestión innovadoras permiten adelantar la toma de decisiones empresariales

La estrategia digital del holding Grupo Fuertes, integrado por más de 20 empresas, toma impulso. La compañía acaba de implantar la solución de gestión empresarial más moderna del mercado en las áreas de finanzas, control de costes, compras, ventas, logística, comercial y planificación de la producción.

El objetivo último que persigue la empresa con esta decisión es superar el vértigo y someterse a una profunda transformación para convertirse en una empresa inteligente. El holding español pretende servirse de los avances tecnológicos para mejorar su proceso de toma de decisiones, redefinir sus modelos de negocio, impulsar el crecimiento e incrementar su capacidad de interconexión con el mundo.

SAP es la herramienta de vanguardia que ha elegido el grupo como base de la digitalización de la empresa. Se trata de una solución de gestión empresarial que permite automatizar los procesos de negocio. De esta forma, los más de 8.000 empleados que forman la plantilla pueden centrarse en tareas que aporten más valor al negocio. Además, este sistema es un software inteligente capaz de detectar patrones, predecir resultados y sugerir acciones.

El reto es mayúsculo: reinventar el modelo de negocio de Grupo Fuertes y adaptarlo a la economía digital. Así lo explica Pablo Lorente, *chief financial officer* de la empresa: "Nuestra alianza con SAP nos ha hecho ser más ágiles y eficientes a través de procesos integrados que han transformado el modelo de trabajo de nuestra organización". Según Lorente, el holding ha sentado las bases para acelerar su digitalización, lo que se traduce en "una mejora de la operatividad". "Nos permite, además, anticiparnos a la toma de decisiones mediante soluciones digitales innovadoras en el entorno empresarial", afirma el directivo.

Imagen del edificio Urban Center, de Grupo Fuertes, en Murcia.

No obstante, Grupo Fuertes no acaba de comenzar a correr la carrera de la transformación digital. A esta última iniciativa el holding suma la implantación de tres proyectos en el entorno digital, analítico y robótico, con los que ha conseguido ventajas tecnológicas asociadas a su gestión, como la mejora en un 30% de la eficiencia de los procesos y de hasta un 40% en los tiempos.

> Grupo Fuertes utiliza un software inteligente capaz de detectar patrones y predecir resultados

Desde hace más de medio siglo, la compañía continúa siendo fiel a sus principios: a los valores familiares y a adoptar en todas sus decisiones la misma filosofía basada en la competitividad, la reinversión, la creación de empleo y de valor compartido y el desarrollo sostenible. Un modelo que busca beneficiar a sus grupos de interés.

Una estrategia de origen familiar

Esta apuesta por acelerar su conversión en una empresa inteligente forma parte de un plan que Grupo Fuertes ya venía gestando desde hace años, hasta llegar a ser uno de los principales holdings empresariales de España, con capital 100% español y de carácter familiar. Más de 20 filiales forman parte de una matriz que se organiza en tres áreas de negocio: un núcleo cárnico, liderado por ElPozo, un área agroalimentaria y un conjunto de inversiones diversificadas que abarcan diferentes actividades. El grupo opera desde hace 67 años, con un modelo de gestión sostenible que le ha reportado una facturación cercana a los 1.900 millones de euros.

La cerveza se pasa a la sin... emisiones

LA COMPAÑÍA quiere acabar con los gases de CO_2 en su fábricas españolas en 2025

El sector cervecero ha avanzado en los últimos años hacia una adaptación casi total a los gustos de los consumidores. En ese proceso, una palabra toma protagonismo: sin. Sin alcohol, sin gluten... y, el siguiente paso, sin emisiones.

La multinacional holandesa Heineken cuenta con cuatro centros de producción en España: en Sevilla, Jaén, Madrid y Valencia. Para ellos ha puesto un mismo objetivo: el de la eficiencia energética. Heineken se ha fijado la meta de que ninguna de estas plantas produzca emisiones de CO_2 en 2025, es decir, cinco años antes que lo que marca su estrategia de sostenibilidad global para 2030.

Dentro de ese proceso, desde marzo pasado su fábrica de Jaén ya está libre de emisiones, siendo la primera de España y la mayor de Europa con esta característica, al trabajar de forma exclusiva con energía renovable: por un lado, con electricidad verde de origen solar, y por otro, con energía térmica procedente de una planta de biomasa que utiliza como materia prima residuos de la poda de los olivos.

El resto de sus fábricas trabajan en esa dirección. Desde septiembre de 2020 todas se surten de energía fotovoltaica procedente de una planta situada en El Andévalo, Huelva, e inaugurada junto a Iberdrola, y que cuenta con 150.000 paneles. Solo con esta planta evita la emisión de 15.000 toneladas de CO_2 al año.

Pero los objetivos de sostenibilidad van más allá de la producción. Heineken aspira a que toda su cadena de valor sea neutra en carbono en 2040, para lo que colabora junto con sus proveedores, distribuidores y clientes de alimentación y hostelería. Además, trabaja para que sus envases –que se reutilizan o se reciclan y se elaboran con el mayor porcentaje de material reciclado e, idealmente, provienen de fuentes sostenibles– sean 100% circulares, garantizando al máximo la calidad y la seguridad de sus productos.

La cervecera aspira a que toda su cadena de valor alcance la neutralidad de carbono en 2040

Otro punto clave es el agua, que supone el 95% de la cerveza. Este año Heineken cumplirá su objetivo de devolver a la naturaleza toda el agua que contienen sus cervezas elaboradas en España, con proyectos de compensación como los que tiene en Doñana o La Albufera valenciana. Ese objetivo lo logrará nueve años antes que el plazo marcado a nivel global por la compañía.

Lo digital para innovar

El área de Digital y Technology es clave en la estrategia de crecimiento de Heineken y su compromiso con la sostenibilidad. Desde el punto de vista medioambiental, haciendo sus fábricas más eficientes y ayudando a sus clientes a ser más sostenibles. Y en lo social, fomenta la innovación tecnológica y un ecosistema de colaboración entre empresa, universidad y *startups* a través de su Oficina Digital.

Todas las cervezas que Heineken produce en España se elaboran con energía renovable de origen solar.

40 años liderando el mercado

LA MARCA presenta un nuevo tinto y otro blanco en botella ecológica de cristal de 1 litro

Cuando hace 40 años Don Simón hizo su aparición en la vida de los españoles, enseguida revolucionó el mercado del vino, convirtiéndose en un icono cultural y dando lugar a frases tan populares como: "¡Voy a comer con Don Simón!". Su apuesta por la calidad y la innovación es la clave de su éxito. Hoy es la marca de vinos más vendida y está presente en más de 150 países.

No es casualidad, sino el fruto del esfuerzo de la familia García Carrión, que ha conseguido que su marca Don Simón sea querida por todos y esté presente en más de la mitad de los hogares de nuestro país. ¿Quién no ha probado su tinto de verano, su gazpacho o su zumo de naranja recién exprimido?

Hace 40 años su vino en brik se convirtió en líder del mercado. Desafió a la tradición y triunfó en todo el mundo. Lo mismo ha ocurrido, por ejemplo, con su sangría, que también se ha convertido en la más vendida. Don Simón es una marca que siempre está atenta a nuevos mercados y a los consumidores, por ello se suman otros productos como las bebidas vegetales, los *veggies* y *smoothies*, la limonada, el té frío o las cremas y caldos 100% naturales. Todos ellos bajo un sello de gran calidad y respeto por el medio ambiente.

Coincidiendo con sus cuatro décadas, Don Simón presenta un nuevo tinto tempranillo y un nuevo blanco verdejo en botella ecológica de cristal de 1 litro. Es más ligera que las del resto de mercado, un hito que pone de relieve la apuesta continua del Grupo García Carrión por la sostenibilidad.

Don Simón es la marca de bebidas española más conocida por los consumidores. Su popularidad ha ido ganando mercado al apoyarse en la agricultura de proximidad, buscando la mejor materia prima y con acuerdos a largo plazo con más de 40.000 agricultores.

También su apuesta por el cuidado del medio ambiente y la calidad excepcional en todos sus productos hacen que Don Simón cumpla sus 40 años en mejor forma que nunca.

Nuevos vinos Don Simón en botella de cristal ecológica de un litro.

150

son los países en los que la marca se encuentra presente.

40.000

es el número de agricultores con los que trabaja la empresa.

Economía circular para cuidar el medio ambiente

- **La planta** de Huelva, donde Don Simón elabora su zumo 100% exprimido, es un referente internacional y un proyecto pionero e innovador en cuanto a sostenibilidad.
- **Rodeada de** millones de naranjos, esta planta busca cumplir un triple objetivo ambiental: generar cero residuos, cero emisiones contaminantes y mantener en cero su consumo neto de agua.

El envejecimiento, reto sanitario y de gasto

EN 2035, el 26,5% de la población española será mayor de 65 años

Marta
YOLDI DÍAZ-GUERRA

España contará en el año 2035 con un 26,5% de su población mayor de 65 años. La esperanza de vida aumenta de década en década y actualmente se sitúa en una media de 83,5 años. Estos datos reflejan una situación que ya está aquí y que supone "un reto de primera magnitud, desde el punto de vista social y económico, que afecta de forma directa a cualquier variable: al consumo, a la inversión, al empleo, a la productividad, a los precios y salarios, al manejo de políticas monetarias y fiscales, etcétera", analiza el Banco de España.

14.000

euros anuales es el coste medio para el sistema sanitario español de un anciano dependiente.

2.492

millones de euros de los fondos de recuperación de la UE se destinarán al área de los cuidados.

El impacto económico del envejecimiento de la población tiene un primer factor negativo, como es el de la sostenibilidad del sistema de pensiones. El Banco de España calcula que en 2050 habrá dos personas en edad de trabajar por cada mayor de 65 años, si bien la edad de jubilación se ha alargado por el momento a los 67.

En segundo lugar, la situación afecta al sistema sanitario. José Viña, catedrático de Fisiología de la Universidad de Valencia, estima que cada anciano dependiente cuesta 14.000 euros anuales y cada anciano saludable, 900. La mayoría de expertos aboga por modificar el sistema y prepararlo para atender dolencias crónicas y ofrecer cuidados continuos, pues un tercio de las personas mayores de 65 años es dependiente en España.

El plan de reformas enviado por el Gobierno español a la Comisión Europea para acceder a los fondos de recuperación incluye partidas importantes en este sentido. El 3,6% de los recursos recibidos (2.492 millones de euros) se destinará al "plan de choque para la economía de los cuidados y refuerzo de las políticas de inclusión", ampliados con 1.010 millones que saldrán de las arcas públicas españolas. El 1,5% (1.069 millones) será para la "renovación y ampliación del sistema nacional de salud".

Pero no solo la población mayor de 65 años adolece de enfermedades crónicas. Un informe reciente del McKinsey Global Institute cifra en 158.000 millones de euros la pérdida ocasionada en nuestro país por los problemas de salud de personas en edad de trabajar. La investigación e innovación "podrían reducir la carga de la enfermedad", de cara a 2040, en un 21%.

El gasto en las personas mayores supone el 25% del PIB de la UE

Entre los retos positivos se encuentra la "economía plateada", la dedicada a los mayores y que actualmente representa el 25% del producto interior bruto de la Unión Europea.

Una señora mayor es atendida en una consulta médica. GETTY IMAGES

Una apuesta por la salud y el PIB

farmaindustria

LOS LABORATORIOS quieren reforzar la fabricación de medicamentos esenciales y la investigación clínica de excelencia

Denisse
CEPEDA MINAYA

La industria farmacéutica quiere que ser uno de los sectores estratégicos que contribuya a la reactivación económica. Un complemento de los clásicos sectores generadores de PIB, como automoción o turismo, pero más vinculado a la innovación, la creación de empleo de calidad y la atracción de inversión exterior.

El objetivo de la patronal es claro: reforzar el tejido productivo para reducir la dependencia del exterior en la producción de medicamentos esenciales y trabajar para convertir a España en un gran espacio internacional de investigación biomédica, en colaboración con la Administración, indican.

Esta apuesta ya había sido expuesta en verano pasado en la Comisión para la Reconstrucción Social y Económica, convocada por el Gobierno para buscar soluciones contra la crisis del Covid. "Con una adecuada estrategia de país podemos convertir a España en un gran polo de atracción de inversiones internacionales en el sector farmacéutico", sostienen.

Para lograrlo, Farmaindustria ha presentado dos proyectos al Ministerio de Industria. El primero pretende elevar la fabricación de medicamentos esenciales. Hasta la fecha participan 40 compañías fabricantes y más de una veintena de empresas auxiliares por valor de 1.720 millones de euros de inversión. Un monto que puede incrementarse si más compañías se suman. Además, aspira a ser uno de los Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica (Perte) a fin de captar fondos europeos. "Tenemos un tejido productivo muy sólido. La pandemia nos ha obligado a preguntarnos si debemos corregir un tanto la dependencia del exterior. La respuesta es que tenemos capacidad para recuperar parte de esa producción y dar a nuestro país mayor protección estratégica y, al tiempo, reforzar nuestro tejido productivo", ha manifestado Juan López-Belmonte, presidente de Farmaindustria.

Y la segunda iniciativa se centra en el impulso de la investigación clínica de excelencia. España es una referencia internacional en el área y es hoy el primer país de Europa en ensayos contra el Covid-19, ha destacado López-Belmonte. Pero las empresas quieren ir más allá y aprovechar la dinámica de colaboración surgida entre Administración, laboratorios, profesionales sanitarios, hospitales y pacientes para crear un gran espacio global de investigación biomédica.

La industria farmacéutica invierte unos 154.000 millones en I+D al año en el mundo. "Los fondos destinados a la salud y al medicamento son una inversión, no un gasto. Hasta el 73% del aumento de la esperanza de vida en los países desarrollados se atribuye a los nuevos fármacos. Y eso tiene repercusiones en la productividad de las economías y en la calidad de vida de las personas".

Juan López-Belmonte, presidente de la patronal.

Un técnico en un laboratorio.

España es líder europeo en ensayos clínicos contra el coronavirus

1.720

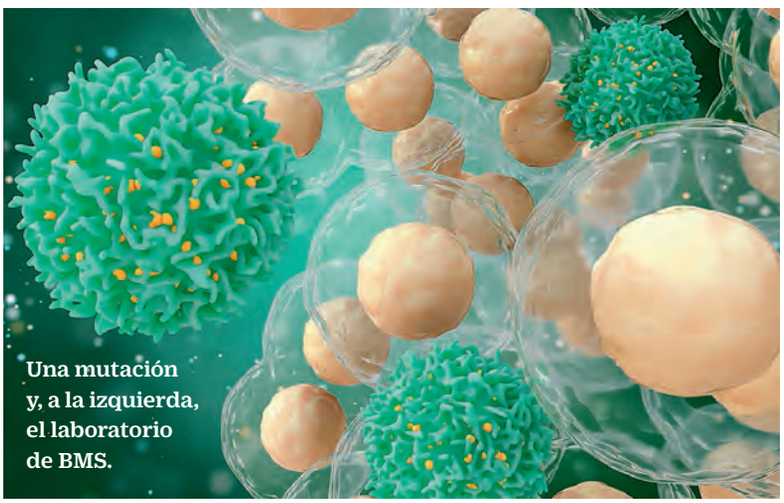
millones es la inversión inicial en el proyecto de fabricación de fármacos esenciales.

154.000

millones es el monto global que destinan los laboratorios anualmente a I+D.

Con el foco en las personas y la ciencia

LIDERA en oncología, hematología y cardiovascular a la vez que investiga en inmunología



Una mutación y, a la izquierda, el laboratorio de BMS.

La compañía biofarmacéutica global Bristol Myers Squibb ha contribuido a cambiar el curso de enfermedades tan graves como el cáncer, el sida o la hepatitis C, gracias a su foco en la ciencia y las personas. Hoy, tras más de 160 años de investigación científica, lidera el desarrollo de tratamientos en oncología, hematología y enfermedades cardiovasculares, con una fuerte presencia en inmunología.

Con una de las carteras de productos en desarrollo más esperanzadoras de la industria, investiga en nuevos enfoques en oncología mientras que avanza en la próxima generación de tratamientos, las terapias celulares CAR-T.

BMS se ha convertido en la quinta compañía a escala mundial y la séptima en España, según índices del mercado farmacéutico. Ha comercializado 46 familias de productos en más de 70 países. Mientras que la inversión en I+D supera los 6.000 millones de dólares (unos 4.900 millones de euros), el 23,7% de sus ingresos.

Apoyo social

Bristol Myers Squibb también lucha para reducir las desigualdades en salud y para ayudar a las poblaciones más vulnerables.

Un ejemplo es el programa EmpleoparaTodas, en colaboración con Adecco, para la reinserción laboral de mujeres con pocos recursos y en riesgo de exclusión.

Y en 2020, a raíz de la pandemia, donó en España y Portugal más de 700.000 euros a través de Cruz Roja, Unicef, Cáritas, Banco de Alimentos, Save the Children, SEFH o Apifarma.

La I+D, su valor diferencial

Si algo diferencia a este laboratorio con sede en Nueva York es su apuesta sólida por la I+D. Con más de 50 moléculas en distintas fases de desarrollo. De hecho, en España es la segunda compañía en número de ensayos clínicos en marcha, cerca de 200, con 4.457 pacientes participando, para los que se han destinado unos 50 millones de euros. Con un 16% de inversión en investigación preclínica y básica. El 81% de estos estudios es en oncohematología. “En BMS, España es el segundo mercado en ensayos clínicos y el primero fuera de EE UU en terapias CAR-T”, destacan.

Además, en Sevilla cuenta con un centro de investigación puntero, el Centro de Investigación Traslacional (Citre), tras una inversión de 10 millones, el único fuera de territorio estadounidense que integra la identificación de nuevas dianas, la evaluación y desarrollo clínico temprano, aplicando el uso innovador de la bioinformática, la biología computacional y la inteligencia artificial.

La multinacional busca también apoyar a los pacientes en el proceso del manejo de la enfermedad (prevención, autocuidado, diagnóstico, tratamiento y monitorización). Así, ofrece varios programas de asistencia domiciliaria integral.

Para el futuro, la compañía trabaja en las novedosas terapias celulares CAR-T

OMG
OmnicomMediaGroup

OMD phd AMQ & Hearts & Science annalect

La biotecnología, clave para salir de la crisis

INNOVACIÓN Y CIENCIA serán los protagonistas de Biospain 2021

La pandemia del coronavirus ha consolidado el papel de las empresas de biotecnología como piezas fundamentales de la maquinaria puesta en marcha para alcanzar los objetivos marcados por el nuevo proyecto del Gobierno que imagina España en 2050.

El valor estratégico del sector va más allá del Covid-19 en España y en el mundo. Estas compañías representan el 0,7% del PIB nacional y generan empleos de alto valor añadido, incluso en plena pandemia, acentuando en 2020 la tendencia de crecimiento de los últimos años. Además del empleo, el volumen de capital privado captado ha crecido desde 2016, pero este año de emergencia sanitaria destaca con un aumento del 46% con respecto a 2019. Las cifras revelan la importancia y el interés de los fondos nacionales y extranjeros en nuestra industria en este año de pandemia, durante el cual se paralizó la mayor parte de la economía.

Ana Polanco, presidenta de Asebio, la patronal española, asegura que estos datos, que ya son buenos, seguirán mejorando. "Esta cifra tiene que seguir creciendo, con inversiones que permitan que nuestra ciencia se traslade a soluciones innovadoras *made in Spain* con las que reforzar nuestro sistema sanitario, agroalimentario e industrial e impulsar una economía más verde y sostenible".

Interior de un laboratorio biotecnológico.

68%

de los fármacos que se desarrollan en el mundo son biotecnológicos.

46%

de aumento de la inversión privada en las *biotech* españolas.

La alta calidad del sector no se improvisa. Tal y como explica Daniel Ramón, vicepresidente de Biopolis: "Requiere un conocimiento disruptivo previo que se fragua en los centros públicos de I+D y, por otro lado, empresas con interés por hacer algo distinto".

Las biotecnológicas representan el 0,7% del PIB y generan empleos de alto valor añadido

Según Ramón, la biotecnología española tiene ambos mimbres: una investigación pública en biotecnología de gran calidad y un sector empresarial biotecnológico "con muchas ganas de hacer cosas importantes".

Biospain 2021, el escaparate para mostrar el potencial español

Feria internacional. Del 27 de septiembre al 1 de octubre se celebra, en formato híbrido, Biospain en colaboración con el Gobierno de Navarra y Sodena, sociedad de desarrollo de Navarra y con el apoyo de ICEX España Exportación e Inversiones y Merck.

Navarra, líder en salud. "Su celebración en Pamplona nos ayudará a posicionar el sector a nivel europeo como referente en la investigación, en el fomento de la transferencia de la tecnología, el emprendimiento y el desarrollo", según Sodena.

Punto de encuentro. "Permite generar las complicidades necesarias para que la investigación se convierta en creación de empleo de calidad y en productos que mejoren la salud y la vida de las personas", argumentan desde Asabys Partners.

El gasto en I+D, aún lejos de la meta deseada

PESE AL COVID, la aportación pública y privada, con excepciones, no llega a niveles de 2010

Laboratorio de PharmaMar y, a la derecha, vista de un erizo de mar anillado.

Denisse
CEPEDA MINAYA

La pandemia ha puesto en evidencia el valor que tiene la inversión en ciencias. Una necesidad que se ha dejado de lado en España en los últimos años, con las consecuencias que esto supone para combatir patologías conocidas y futuras, como la emergencia actual generada por el coronavirus.

Los datos dan cuenta de este mal estructural. En 2019 –últimos datos disponibles del INE–, el gasto en I+D representó apenas el 1,25% del PIB, por debajo del 1,32% de hace 10 años. Si bien es cierto que la evolución es positiva desde 2017, el indicador está aún lejos del objetivo europeo del 3% y de la media del conjunto de los países comunitarios (2,07%). Con todo, la inversión subió un 14,4% en 2019 respecto al año anterior, hasta los 2.040 millones de euros.

El aporte del sector empresarial fue del 49,1% y el de la Administración, del 37,9%. La brecha es visible también respecto a socios europeos como Alemania, que invierte el 3% del PIB, o de fuera de la UE, como Israel, que destina el 4,9%.

Ion Arocena, director general de la patronal biotecnológica Asebio, avanza que en 2020 se ha producido un salto en la atracción de inversión empresarial (150 millones, un 50% más, proveniente del capital riesgo). PharmaMar, por ejemplo, ha sido una de las pocas empresas que ha seguido apostando por la inversión, poniendo en marcha una investigación puntera con uno de sus productos, plitidepsina, que demostró una gran potencia antiviral en todos los estudios preclínicos independientes realizados.

Sin embargo, Arocena advierte de que la inversión pública todavía no alcanza los niveles de 2010, pese a la emergencia sanitaria y a la mayor cantidad de instrumentos extraordinarios puestos sobre la mesa. "Seguimos con una década perdida", lamenta. Y recuerda que el sistema de ayudas a la I+D no se ajusta a las necesidades de innovaciones disruptivas del sector, con largos ciclos de maduración y elevados requerimientos de inversión. "Mantenemos un modelo basado en préstamos, cuando deberían ser subvenciones, y es una singularidad española frente a otros países". Y refiere que Alemania, por ejemplo, invirtió cerca de 300 millones en ayudas o en forma de capital accionarial solo para el desarrollo de las vacunas contra el Covid (CureVac y BioNTech), mientras que en España el fondo a este capítulo del CDTI era apenas de 12 millones para vacunas, diagnósticos y tratamientos.

El gasto en I+D crea empleo de calidad, PIB y rentabilidad a los accionistas, con salidas a Bolsa o compras por parte de multinacionales, aduce.

Buenas prácticas

Una de las empresas del sector que apuesta por la I+D es PharmaMar. En 2020, el gasto fue de 53,7 millones, un aumento del 6,2% con respecto al ejercicio anterior.

De hecho, figura en el ranking mundial de compañías españolas que más invierten en el área y que elabora Bankinter. Sus antitumorales Yondelis (trabectedina), Zepzelca (lurbinectedina) y Aplidin (plitidepsina) son ejemplos de ese esfuerzo inversor en más de 30 años.

La financiación a través del capital riesgo dio un salto en 2020 tras crecer un 50%

Los viajeros británicos, claves para la reactivación

LA INCERTIDUMBRE ha marcado a fuego a un sector básico para la economía, una de las actividades que más ha sufrido con la pandemia y cuya contribución al PIB se desplomó al 4% en 2020 desde el 12% de un año antes

Inma
MOSCARDÓ ROCA

España no puede permitirse perder otro verano. Este es el mantra que todos los actores implicados en la industria turística se han repetido una y otra vez tras el desastroso año pasado. Con la llegada del estío y la temporada alta, los principales mercados emisores han iniciado la desescalada, el ritmo de vacunación para prevenir el Covid-19 es bueno, se han ido levantando las restricciones a la movilidad fronteras afuera y hasta se ha habilitado un pasaporte verde digital para viajar por la Unión Europea.

Este era el mejor escenario posible para iniciar la recuperación de un sector que es clave para la economía: aportó el 12,4% del PIB en 2019, año récord para el turismo. José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur, destaca que nuestro país es el tercero más visitado del mundo y el segundo en ingresos turísticos, pero recuerda que en 2020, "el año más pavoroso desde la posguerra", sufrió un desplome de la actividad de más del 80%. "En términos de valor económico, el turismo perdió unos 116.000 millones de euros y hasta 800.000 empleos. Como resultado de todo ello, nuestra aportación al PIB cayó al 4,4%", resume.

Las previsiones más optimistas, incluidas las de la ministra Reyes Maroto, titular de la cartera de Industria, Comercio y Turismo, señalaban que este año alcanzaríamos los 45 millones de viajeros, algo más de la mitad del récord de 83,5 millones de visitantes registrado en 2019.

Esperamos cada año a los turistas con alegría, y sobre todo a los británicos –nuestro principal mercado emisor–, en una especie de remedo de *Bienvenido, Mister Marshall* que dé un respiro al sector. La demanda doméstica no será suficiente para cubrir tan importante oferta.

En 2019 vinieron a España 18 millones de ciudadanos del Reino Unido (el 21,5% del total de llegadas), seguidos de alemanes y franceses (11 millones de cada país). Los británicos generan uno de cada cinco euros que se dejan los turistas en nuestro país. En condiciones normales, habrían empezado a viajar en mayo, uno de cada dos que viaja de vacaciones a España en invierno lo hace a Canarias y, además de preferir el turismo de sol y playa en Baleares, Levante y Costa del Sol, son excelentes clientes del turismo urbano, radiografían fuentes del sector.

La incertidumbre creada por la inesperada decisión del primer ministro Boris Johnson de incluir a España en la lista roja de países no seguros para viajar, y en la que también están Grecia, Italia y Portugal, hizo saltar las alarmas. Igual que la decisión de Downing Street de retrasar la desescalada en Reino Unido para hacer frente al aumento de los contagios por la variante de la cepa india del Covid-19.

El sector, asfixiado, ha demandado sistemáticamente de la Moncloa negociaciones firmes y al más alto

Vuelven los cruceros

Tras un año de atraque, los cruceros vuelven a los puertos españoles con requisitos obligatorios: 75% de ocupación máxima; grupos con horarios de comida, embarque y desembarque, y PCR o prueba de antígenos negativa.

GETTY IMAGES

Sol y playa sí, con un modelo más digital, sostenible y una oferta diversa

nadie duda de que la pandemia ha asestado al turismo uno de los golpes más duros, pero ha dejado al descubierto algunos de los lastres que arrastra el sector y que pone sobre el tapete la necesidad de afrontar un cambio de modelo. Una transformación que pasa por una oferta diversificada y desestacionalizada que permita captar un turista de más calidad y mayor poder adquisitivo, frente al modelo actual, muy dependiente de los viajeros de países vecinos, del sol y la playa y del verano, la temporada alta, coinciden los expertos del sector.

El turismo cultural, gastronómico, experiencial, de naturaleza y de interior o el turismo de negocios tienen un enorme potencial en España. La digitalización y la sostenibilidad, y no solo desde el punto de vista medioambiental, no se pueden postergar, pero se afrontan de distinta manera.

"En un momento como el que estamos enfrentando, muchas empresas no solo no piensan en nuevas inversiones, sino en cómo mantenerse a flote, recuperar liquidez y seguir adelante", explica Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Rurales (Cehat).

La inteligencia artificial, el *big data* o la automatización de procesos de negocio van a ser fundamentales para que las empresas operen de una manera mucho más eficiente, con más flexibilidad y de forma personalizada con sus clientes.

Un cambio que, en opinión de José Luis Zoreda, director ejecutivo de Exceltur, "no se puede hacer gratis ni de la noche a la mañana. Hay que aportar valor añadido. La digitalización no es ningún objetivo en sí misma, se está fomentando un mensaje falso de que si usted no es un destino inteligente se va a quedar atrás; la digitalización y la tecnología son instrumentos para facilitar que las propuestas del producto lleguen a tus clientes". Sobre la sostenibilidad, afirma que "debemos mirar más allá de la protección del medio ambiente y los desastres que causamos. No se puede seguir depredando territorio o paisaje sin utilizar recursos para minimizar costes de energía, tratamientos de aguas; el modelo tiene que ser también sostenible desde el punto de vista económico y rentable".

nivel. En opinión de Zoreda, la ausencia de británicos supondría "un golpe muy duro y desde el punto de vista sanitario injustificable". Y todo ello haría "más lenta la recuperación".

Para hacerse una idea de la importancia del turista británico basta saber que cada semana de su ausencia conlleva "una pérdida de ingresos de 386 millones de euros en junio, mes que damos por perdido". En julio la factura sube: "480 millones por semana". Son sumas que crecen al ritmo de las restricciones "porque los operadores necesitan entre dos semanas y veinte días para hacer sus programas, folletos, contratar aviones y vender los paquetes vacacionales".

La demanda doméstica no es suficiente para cubrir la oferta

Pero el varapalo no se quedaría en el mercado turístico nacional. También tendría un impacto grande en el negocio de las líneas aéreas que operan entre España y Reino Unido, que estimaban alcanzar el 60% de los vuelos operados en 2019", explica Javier Gándara, presidente de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA).

Gándara apunta también a "un problema interno del Reino Unido y a su *border force* [control de fronteras], que ha evidenciado una falta de planificación y gestión eficaz para controlar las llegadas al país". Los británicos necesitan hacer una cuarentena de 10 días y dos PCR negativas al volver a su país.

GETTY IMAGES

Un problema que "podría tener España. ¿Están los aeropuertos españoles preparados para afrontar una avalancha de viajeros? No", advierte Zoreda. Un cuello de botella que va a ser común en Europa "hasta que se instalen en todos los aeropuertos y puestos fronterizos los lectores y equipos informáticos que automaticen el control de llegadas y se generalice el uso del certificado verde digital con el código QR". En este punto, el portavoz de Exceltur critica "la falta de previsión y dejadez de Aena como gestor aeroportuario".

Dentro del turismo, el subsector que más ha sufrido la pandemia es el de las agencias de viajes, con una pérdida de actividad del 85% en 2020. Le siguen las empresas de transportes, incluidas las líneas aéreas, con el 80%, y alojamientos, con el 75%. Los datos menos malos han sido para bares y restaurantes, con el 40%, según las cifras del INE. El balón de oxígeno se hace esperar para las agencias y ni siquiera la recuperación de la demanda interna, que puede alcanzar el 80%, va a paliar la situación. Las agencias dependen mucho del turismo emisor, los viajes de negocios y el turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones.

"La situación es todavía muy grave, llevamos 15 meses sin facturar y haciendo frente a los gastos fijos; al día de hoy no se ha materializado ninguna ayuda del Estado. No podemos resistir más", resume Carlos Garrido, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV). En el lado opuesto, la situación de bares y restaurantes tampoco está para tirar cohetes. José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España, explica que "han desaparecido un tercio de las empresas, unas 100.000, y unos 700.000 trabajadores, el 46,4% de la fuerza laboral, se han visto afectados por ERTE o despidos; la facturación se ha visto mermada más de un 50%, con una pérdida de hasta 70.000 millones".

La industria turística reclama un Perte para acelerar la reactivación

Tampoco los hoteleros son optimistas. "Vamos a estar mejor que en 2020, pero calculamos que a un 50% respecto a 2019", señala Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat). Se queja de "la falta de ayudas directas" y pide "una extensión de los ERTE hasta diciembre". El sector reclama para el turismo un Perte (proyectos estratégicos para la recuperación y transformación económica), el mecanismo con el que el Gobierno gestionará parte del dinero procedente de los fondos europeos.

45

millones de viajeros se prevé que lleguen este año a España, poco más de la mitad de los que vinieron en 2019.

116.000

millones de euros son las pérdidas del turismo en 2020, lo que representa un desplome del 80% de la actividad.

18

millones de británicos viajaron en 2019 a España, son nuestro primer cliente y suponen el 21,5% de los visitantes.

480

millones de euros por semana de julio perdería el sector sin turistas británicos.

85%

cayó la actividad de las agencias en 2020, las más castigadas, y 40% la de los bares y restaurantes, los menos.

EAE Business School

We make it happen

Desde que leas este anuncio hasta que alcances tus metas, por muy lejos que nos lleven, nosotros seguiremos a tu lado.

MBAs Masters Grados

Abierta convocatoria 2021

TOP **20** MEJORES MBAS EN EUROPA
Ranking Bloomberg Businessweek's 2020-21

Bloomberg Businessweek BEST B-SCHOOLS 2020–21

DE AHORA EN ADELANTE

De:
Planeta Formación y Universidades

eae.es

El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, preside la XXI Conferencia de Presidentes autonómicos, celebrada en San Millán de la Cogolla (La Rioja) en julio del año pasado, en la que se abordó el reparto de los fondos europeos de recuperación.

Iniciativas autonómicas para mejorar la actividad

LOS FONDOS EUROPEOS suponen una oportunidad para transformar el tejido económico de los territorios a través de proyectos que favorezcan la digitalización, la ecología o la cohesión social

Julia
F. CADENAS

Los fondos Next Generation EU son la palanca de un cambio necesario tras la monumental crisis desatada por la pandemia del Covid-19. España envió a Bruselas en abril su Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que ya ha sido aprobado y con el que aspira a recibir hasta 140.000 millones, a partes iguales en préstamos y en subvenciones a fondo perdido para impulsar y transformar la economía.

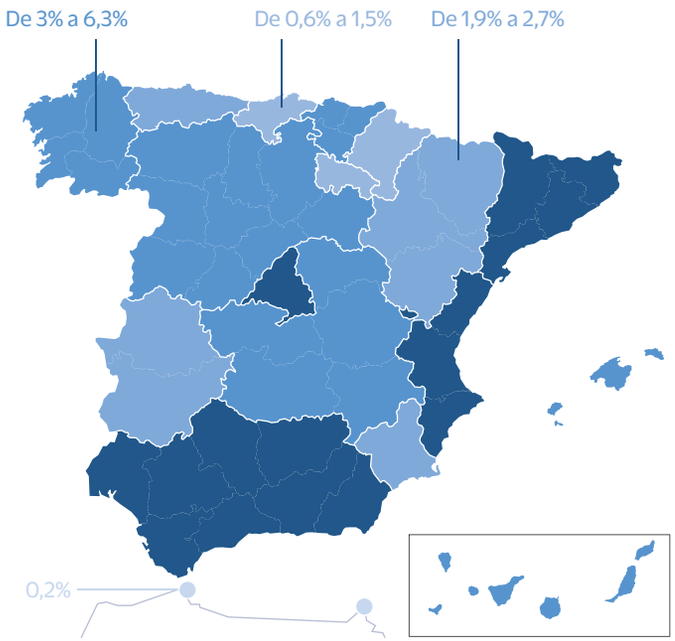
La mayor parte de esos recursos se enmarcan en el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, con una asignación estimada para España de 64.300 millones. El resto corresponde al REACT-EU, un fondo de 12.436 millones, de los cuales 10.000 han sido repartidos entre las autonomías y los 2.436 restantes están siendo gestionados por el Ministerio de Sanidad para la compra de vacunas.

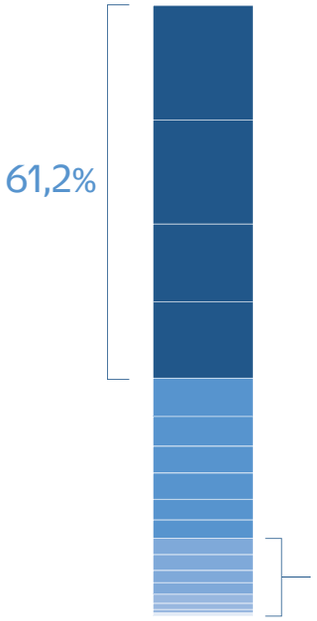
Los Gobiernos autonómicos han hecho sus apuestas y han trabajado a fondo para impulsar su recuperación con ayuda de la financiación europea. Al fin y al cabo son las comunidades las que han estado en primera línea en la lucha contra la pandemia. Tras recibir propuestas de empresas, ayuntamientos y diputaciones, los Ejecutivos regionales han diseñado sus hojas de ruta para captar el máximo dinero de los fondos del plan de recuperación.

Para Marciala de la Cuadra, socia de consultoría del sector público en

Reparto de los fondos para fortalecer el Estado del bienestar y reactivar la economía tras el Covid-19

En % sobre el total. Por comunidades autónomas





CC AA y ciudadades autónomas	Dotación (mill. €)	% sobre el total
Andalucía	1.881	**18,8**
Cataluña	1.706	**17,1**
Madrid	1.284	**12,8**
C. Valenciana	1.254	**12,5**
Canarias	630	**6,3**
Castilla-La Mancha	486	**4,9**
Galicia	441	**4,4**
País Vasco	426	**4,3**
Castilla y León	335	**3,4**
Baleares	300	**3,0**
Aragón	267	**2,7**
Murcia	258	**2,6**
Asturias	196	**2,0**
Extremadura	187	**1,9**
Navarra	148	**1,5**
Cantabria	96	**1,0**
La Rioja	65	**0,6**
Ceuta	24	**0,2**
Melilla	17	**0,2**
TOTAL ESPAÑA	10.000	**100%**

Fuente: Ministerio de Hacienda

A. MERAVIGLIA / CINCO DÍAS

Deloitte, entre los planes autonómicos "destacan las inversiones propuestas para el desarrollo de capacidades de energía renovable y otras tecnologías de energía limpia, las inversiones para el transporte sostenible e inteligente y el impulso de la digitalización de las pymes, claves para la recuperación y resiliencia de la economía española". Manuel Vaca de Osma, socio del equipo de fondos europeos de la auditora Mazars, añade: "El propósito es canalizar los flujos de capital hacia inversiones sostenibles e incentivar la transición a una economía climáticamente neutra".

El hidrógeno como salvoconducto

Pedro Sánchez anunció en diciembre que el Gobierno destinará 1.555 millones de euros para impulsar la tecnología del hidrógeno verde hasta 2023. La presencia de fondos europeos para su desarrollo ha activado los planes de inversión de las comunidades autónomas y de las grandes eléctricas que se han puesto manos a la obra. Se proyectan valles de hidrógeno en Castilla y León o Cataluña, centros tecnológicos punteros en Aragón, el Corredor del Hidrógeno en el País Vasco o un polo industrial energético en Murcia. Naturgy y Enagás trabajan en una fábrica de 9.000 toneladas al año en León. Iberdrola, con 54 propuestas de hidrógeno renovable presentadas a los fondos Next Generation solo en este combustible, estima que podrá cubrir el 25% del objetivo nacional y en un año espera poner en marcha un gran complejo europeo para uso industrial en Puertollano. Y la lista suma y sigue.

Otro proyecto destacado en Cataluña, también con el objetivo de liderar la transición energética, es su Valle del Hidrógeno. Un plan liderado por la Universidad Rovira i Virgili y las eléctricas Repsol y Enagás, junto con el apoyo de la Generalitat de Cataluña. "Es una iniciativa que va más allá de los fondos Next Generation, ya que la estrategia de la Comisión Europea es reducir las emisiones contaminantes y lograr una Europa climáticamente neutra en 2050, como respuesta a la emergencia climática", resume Jordi Cartanyà, el coordinador de la plataforma. El punto de partida es sustituir el hidrógeno gris, el que se genera a partir de combustibles fósiles, en verde. "Cada tonelada de hidrógeno gris que se produce eleva a la atmósfera nueve toneladas de CO_2", afirma Cartanyà. Tarragona es uno de los principales polos petroquímicos del sur de Europa: produce el 50% de los plásticos de España y el 25% de los productos químicos del país.

El proyecto quiere impulsar, con vistas a 2030, un Valle del Hidrógeno alrededor de este polo, es decir, una región que combine la generación de hidrógeno renovable y su distribución para múltiples usos industriales, de movilidad y residenciales de forma integrada y sistémica. La plataforma

Las condiciones europeas

El grueso del proyecto enviado por el Gobierno está siendo evaluado por la Comisión Europea para comprobar, entre otras cosas, si hay un equilibrio entre las inversiones y las reformas estructurales, y si al menos un 37% del gasto se dedica a la agenda verde y un 20% a la digital.

tiene en cartera más de 45 proyectos de empresas y entidades del territorio alrededor de este vector energético, y su propósito es contar con más iniciativas para crear valor social, económico y ambiental e impulsar la transición energética.

"Creemos que, por volumen y por cantidad de proyectos industriales relevantes, Cataluña tiene potencial para captar entre el 20% y el 30% de los recursos que ha anunciado el Gobierno", avanza el experto. "La clave de nuestro proyecto es que están interviniendo grandes empresas químicas, de movilidad, las Administraciones y los centros de investigación", concluye Cartanyà.

Luchar contra la despoblación

El Consejo de Ministros aprobó un acuerdo por el que prevé destinar 10.000 millones a 130 medidas repartidas en 10 líneas de actuación para hacer frente al reto demográfico y garantizar la igualdad en todo el territorio. El paquete de propuestas incluye mejoras de la conectividad, la digitalización y "servicios ambientales y de la custodia del territorio, además de políticas activas muy concretas en acceso a vivienda, movilidad, acceso a formas de energía modernas", según anunció la vicepresidenta cuarta y ministra para la Transición Ecológica y Reto Demográfico, Teresa Ribera.

> El hidrógeno verde será una pieza clave en la transición energética

Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón, Extremadura, Galicia, Asturias, Cantabria y La Rioja, las ocho comunidades afectadas por la despoblación, insisten en que estos fondos pueden suponer un impulso a la extensión de la fibra óptica y el despliegue del 5G en el medio rural para romper la brecha digital. Para ello, han desarrollado diferentes ideas para reinventar la economía española, entre las que destaca el proyecto riojano Valle de la Lengua.

Según explica José Ignacio Castresana, delegado de la Presidencia para el Plan Transformación de La Rioja, "el origen del castellano está en un monasterio riojano del siglo XI que se encuentra en un valle idílico, en la zona despoblada del territorio; los riojanos no hemos sido capaces de convertir este hito en un polo de desarrollo económico, y ahora creemos que es el momento, por la oportunidad que suponen los fondos europeos, de transformarlo en una forma de riqueza".

Para ello, han desarrollado una iniciativa que tiene dos líneas de actuación: impulsar el aprendizaje del idioma entre extranjeros con programas personalizados 100% digitales a través de la inteligencia artificial, combinando estancias de larga duración en un campus construido en este "valle de la lengua" con capacidad para albergar a 1.500 personas.

Otra línea del proyecto pasa por aumentar la producción científica en castellano. "La mayor base de datos de artículos científicos en español del mundo está en La Rioja", indica Castresana. Los fondos europeos contribuirán a transformarlo en "un portal de investigación en español a ambos lados del Atlántico para generar equipos de investigación multinacionales que puedan tener estancias en el Valle de la Lengua".

Ebro Food Valley, un proyecto de Navarra, La Rioja y Aragón

Navarra, La Rioja y Aragón pretenden transformar el sector agroalimentario para hacerlo más competitivo, moderno, digital, sostenible, resiliente y con mayor actividad de I+D. Todo ello para cruzar una meta: conseguir un sistema alimentario neutro de carbono para 2050. La iniciativa está coordinada por el Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria y liderada por el grupo Palacios, la compañía de alimentación especializada en embutidos y otros productos cárnicos. Cuenta con el respaldo de 43 empresas que desarrollan su actividad en la cadena de valor alimentaria (una lista que continuará ampliándose en los próximos meses) y con el apoyo del Gobierno navarro y la colaboración del riojano y el aragonés.

Según explica Pedro Domínguez, el director general de Palacios, el proyecto prevé movilizar una inversión total de 620 millones, de los cuales la mayor parte será capital privado que aportarán las empresas participantes. "Recibir los fondos europeos será un estímulo e incentivo para que las inversiones puedan realizarse". Además, se prevé generar más 1.500 empleos y unos ingresos adicionales de más de 2.192 millones de euros. Domínguez añade que la iniciativa significa "la modernización de la cadena alimentaria en España, un cambio de modelo y una transformación a una cadena de valor más digital y sostenible".

El proyecto también pretende crear un nudo de innovación y transformación para garantizar que los aprendizajes lleguen al mercado, a la economía y al conjunto de la sociedad.

140.000

millones en subvenciones y créditos blandos hasta 2026 para sacar a España de la crisis.

13.200

millones para electrificar vías públicas y crear puntos de recargas para los vehículos eléctricos.

6.820

millones a la rehabilitación de vivienda y regeneración urbana, según el Ejecutivo.

La ropa del bosque gallego

La gestión sostenible de los bosques gallegos mediante la producción de fibras textiles a partir de viscosa en una planta capaz de fabricar entre 150.000 y 200.000 toneladas al año es una de las iniciativas de Galicia para captar fondos europeos. Se trata de un plan de colaboración público-privada que agrupa ocho proyectos con los que crear 30.000 empleos. "Consiste en el desarrollo de una industria de fibra textil sostenible bajo un ecosistema de empresas de alto componente tecnológico con una inversión de 1.140 millones", aclara la Xunta.

El fin es la gestión forestal sostenible así como el aprovechamiento de otros residuos con componente celulósico para elaborar fibras textiles sostenibles. Un ejemplo de ello es el lyocell, una fibra sintética biodegradable con propiedades similares a las del algodón que se obtiene de la celulosa de eucalipto. "Contará con los más altos estándares de sostenibilidad e impulsará los servicios ecosistémicos que aportan los bosques a la sociedad y con tecnología puntera", insisten desde la Administración gallega.

Euskadi invertirá 18.300 millones

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

EL EJECUTIVO de Vitoria desarrolla un plan para renovar la economía, con 6.400 millones a cuenta de Next Generation

Javier
VADILLO LÓPEZ

Euskadi Next, la hoja de ruta del Gobierno vasco hasta 2026 para transformar la economía de la comunidad autónoma, incluye la movilización de inversiones por 18.286 millones. Dentro de ese presupuesto, el Ejecutivo de Vitoria espera poder captar ayudas de 6.400 millones a cuenta del programa Next Generation de la Unión Europea (UE).

Gran parte de las inversiones están relacionadas con la industria, que genera cerca del 25% del PIB vasco. Es el caso del sector de automoción, donde Euskadi cuenta con un importante tejido de fabricantes de componentes, en el que destacan CIE y Gestamp, y con la planta de ensamblaje de vehículos de Mercedes-Benz en Vitoria. El gabinete del lehendakari, Iñigo Urkullu, calcula unas inversiones de 2.105 millones para que esta base industrial pueda adaptarse a los coches del futuro, alimentados con baterías y con más conectividad a bordo.

Para el sector de la energía, la futura generación con hidrógeno verde aparece como el vector clave para movilizar inversiones de 1.410 millones. Entre los diferentes proyectos, Repsol, a través de su filial Petronor, y Sener han confirmado la implantación en Bizkaia de una fábrica de electrolizadores, los equipos que obtienen H_2, con una inversión de 120 millones.

Por otro lado, la industria aeronáutica vasca destinará 334 millones para fabricar piezas que equipen a los aviones de nueva generación, para reducir sus emisiones e impacto sonoro.

El plan Euskadi Next del Gobierno vasco también incluye 483 millones para lograr una agricultura más sostenible en base a la digitalización de la cadena alimentaria, lo que puede frenar la despoblación de las zonas rurales. Otros 751 millones irán al ámbito sanitario, para consolidar unos servicios personalizados que puedan hacer frente al envejecimiento de la población y al aumento de la esperanza de vida.

Si los anteriores planes tienen una dimensión nacional, por su complementariedad con iniciativas similares en el resto del país, Euskadi Next también incluye proyectos más pegados al terreno. En relación con la economía plateada, en torno a los servicios a los mayores de edad, desde Vitoria calculan unas inversiones de 646,7 millones.

Y otros 272,8 millones para aprovechar los recursos marinos de la región que puedan generar energía; 1.518,6 millones para digitalizar las redes de distribución de aguas, gas y electricidad, además de 380 millones para la red de 16 centros tecnológicos de la comunidad vasca.

CIC energiGUNE investiga en baterías para automoción.

El hidrógeno verde protagoniza las iniciativas vascas en el ámbito de la energía

Imán al cine

Euskadi quiere potenciar su industria cinematográfica. Hace años mejoró las subvenciones a los rodajes que se realizaran en su territorio y ahora quiere dar un paso más para consolidar un sector muy intensivo en la generación de empleo. El objetivo es que las productoras se radiquen en el País Vasco para crear un tejido profesional con puestos de trabajo de calidad.

Entre los proyectos, la construcción de un plató cinematográfico de 100.000 metros cuadrados en Zorrotza, uno de los barrios de Bilbao.

JUNTA DE EXTREMADURA

Donde el sol y el viento impulsan la economía

LA REGIÓN, a la cabeza de la transición energética para liderar la energía renovable en España

La crisis sanitaria provocada por el Covid-19 ha obligado a Extremadura a modificar su hoja de ruta con el objetivo prioritario de dar una respuesta integral desde todas las áreas de la Administración autonómica para reducir sus graves efectos, no solo desde la perspectiva sanitaria, sino también para proteger el tejido económico, empresarial y social de la región.

La Agenda para la Reactivación Social y Económica impulsada por el Ejecutivo extremeño es el instrumento clave sobre el que se sientan las bases del modelo de crecimiento, desarrollo y bienestar social para la reconstrucción de Extremadura, con unos retos estratégicos alineados con la Agenda 2030, para acelerar la economía y contribuir al desarrollo sostenible de la región. Además, permitirá proteger el medio ambiente, para lo que el Ejecutivo aboga por la modificación del modelo de vida actual para combatir la contaminación.

El Plan Extremeño Integrado de Energía y Clima 2021-2030 (PEIEC) es la ambiciosa apuesta de la Junta de Extremadura para avanzar en la transición energética de la economía regional, además de representar el compromiso inequívoco en la lucha contra la emergencia climática, situándola a la vanguardia del proceso de transición energética, a la vez que actuará como soporte de la reactivación económica y del empleo.

El PEIEC aspira a que la región llegue a 2030 como líder en producción energética renovable en España. Este instrumento permitirá la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, la penetración de energías renovables y de eficiencia energética, a la vez que el desarrollo de una industria asociada: baterías, transformadores eléctricos, etcétera.

De esta forma, el PEIEC contribuirá, desde una perspectiva regional, a la consecución de las metas determinadas en los Acuerdos de París y en la nueva Ley del Clima Europeo.

Apoyo privado

El conjunto de la inversión privada prevista para el desarrollo global de las medidas para la promoción de energías renovables asciende para el conjunto del periodo a 14.580 millones de euros.

El plan ha generado hasta hoy entre 4.000 y 5.000 empleos directos, a los que habría que añadir otros derivados de más actividad en sectores como el transporte o la hostelería.

El plan extremeño permitirá, además, el desarrollo de una industria asociada

Primera instalación fotovoltaica flotante de España, en el embalse de Sierra Brava (Cáceres).

Molinos de viento en la Sierra del Merengue, en Plasencia.

EQUMEDIA

LA 1ª AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE

TECNOLOGÍA, CONOCIMIENTO Y CORAZÓN

FELICIDADES AL DIARIO
CincoDías
POR SU 43º ANIVERSARIO

Infanta Mercedes, 90 3ª Plta. • 28020 Madrid • Tel: +34 91 745 01 60 Fax: +34 91 562 71 71 • info@equmedia.es • www.equmedia.es

zertem COMMUNICATION GROUP

getanywhere

Ayudas para fortalecerse en la nube

LA RECUPERACIÓN pasa también por unas subvenciones a micropymes y pequeños autónomos

Ya en los primeros compases de la pandemia, hace más de un año, la Concejalía de Innovación, Desarrollo Económico, Empleo y Comercio del Ayuntamiento de Valladolid empezó a elaborar un plan estratégico de ayudas que no solo paliaran los efectos de la crisis, sino que acompañaran también la transformación digital de las empresas para que salieran de ella más fuertes. En este marco se ha desarrollado la convocatoria ReactiVA Digital, con la que se prevé conceder casi 2 millones de euros a unos 7.000 autónomos y 900 micropymes vallisoletanos.

"Tenemos que fortalecer a largo plazo el tejido empresarial y dotarlo de una mayor capacidad de respuesta ante emergencias como la que hemos vivido", dice la concejala de Innovación del Ayuntamiento de Valladolid, Charo Chávez. En este sentido, el objetivo del plan es "fomentar la incorporación de las llamadas tecnologías habilitadoras en todos los sectores productivos y crear en Valladolid un nuevo modelo económico sostenible e inteligente impulsado por la transformación digital de las empresas y la Administración local", añade.

Por el carácter de urgencia y dada la situación en la que se gestó el plan estratégico, muchas de la treintena de medidas que este contempla se encuentran ya en una fase de diseño muy avanzada o de ejecución. Una de ellas es ReactiVA Digital, que subvenciona "soluciones tecnológicas, servicios y aplicaciones basados en *big data*, analítica de datos, internet de las cosas, redes 5G, robótica, automatización de procesos, realidad virtual y aumentada, plataformas digitales, *cloud computing* y *edge computing*, inteligencia artificial, *blockchain* y ciberseguridad", desgrana Modesto Mezquita, coordinador de la Agencia de Innovación, organismo que depende de la concejalía.

Dividida en dos procedimientos –para gastos realizados entre el 1 de enero de 2020 y el 28 de febrero de 2021, el primero, y entre marzo y mayo de este año, el segundo–, la convocatoria estaba destinada a autónomos y empresas que no facturasen más de 250.000 euros al año. "Es el sector mayoritario, aunque el menos proclive a la digitalización, y no puede permitirse perder este tren", subraya Mezquita. De los primeros datos recabados del autodiagnóstico sobre el estado de digitalización, que los demandantes debían rellenar al presentar la solicitud, emerge que los servicios virtuales representan el gasto que mayormente querían cubrir con estas ayudas, por encima de la adquisición de hardware y software.

La concejala de Innovación del Ayuntamiento de Valladolid, Charo Chávez.

Oportunidad

Aunque es pronto para poner una fecha, la concejalía está estudiando una segunda edición de la convocatoria de ayudas para la transformación digital, tras el éxito de la primera. "Lo valoraremos en cuanto se resuelvan los expedientes del segundo procedimiento que acaba de cerrarse", comentan los técnicos de la Agencia de Innovación y Desarrollo Económico.

Los solicitantes de apoyo no pueden superar los 250.000 euros de facturación anual

SERVICIO DE ASESORAMIENTO
Recomendaciones de inversión pensadas para ti
Con nuestro **SERVICIO GRATUITO DE ASESORAMIENTO** un experto te propondrá recomendaciones de inversión personalizadas, para que tomes las decisiones que mejor se adaptan a ti.
Infórmate en **r4.com** o en el **900 92 44 54**
renta4banco
Tu banco especialista en inversión

Los anuncios se enchufan a lo humano y emocional

LAS CAMPAÑAS se inclinan hacia el lado personal con mensajes positivos que potencian las ganas de vivir. Las empresas buscan también enganchar al público con anuncios que destacan sus valores

Eduardo
LOBILLO EGUÍBAR

El coronavirus ha cambiado la forma de hacer publicidad. Desde el principio de la pandemia se inclinó claramente por el lado más humano. "La publicidad como herramienta ha tenido la importante labor de conectar a marcas en situación de alta incertidumbre con personas que vivían esa misma situación", reflexiona Paco Lorente, profesor en ESIC Business School y director creativo en Sinaia Marketing.

Se vio al principio con lemas como "este virus lo paramos unidos" o "quédate en casa". Y se sigue observando ahora, con "una publicidad cargada de aspectos emocionales que potencian la vitalidad, las ganas de vivir y de disfrutar de la vida", añade Lorente.

Los anuncios no dejan de ser, como asegura este experto, una forma de asumir un reto, que no es otro "que conectar con el estado de ánimo de la sociedad a la que dirigen sus mensajes". La evolución que ha experimentado la publicidad en este tiempo le lleva a afirmar: "Creo que hemos vivido el periodo publicitario más real en términos de acciones que nunca antes habíamos experimentado".

Las empresas tomaron en un principio una decisión parecida. Estar con la gente, apoyarla y buscar la conexión emocional. La solidaridad se convirtió en el catalizador de campañas destinadas a la hostelería, el turismo, la sanidad... Pero ahora han dado un paso adelante y buscan su propio camino.

La publicidad "tenderá a hablar más del alma, los valores y las convicciones de la empresa, para que decidamos si queremos que sea parte de nuestro ecosistema", explica Carles Torrecilla, profesor titular del departamento de marketing de Esade.

Las marcas se enfrentan también en la actualidad a un nuevo desafío. Integrar la tecnología de manera que no pierdan por culpa de esta esa conexión emocional que han impulsado durante este tiempo con sus clientes.. "El reto está en que los creadores de las distintas plataformas publicitarias y los creadores de contenido encuentren nuevas formas de comunicar mediante publicidad no invasiva, teniendo como base la creatividad", plantea Juan Luis Moreno, director de innovación en The Valley.

3.029,5

millones de euros se invirtieron en publicidad digital en 2020, solo un 3,8% menos que en 2019.

FOTOS: GETTY IMAGES

Abril enseñó el camino

El pasado abril fue el primer mes de 2021 en el que, según el informe de InfoAdex, se ha recuperado la inversión publicitaria, con una subida del 72,8%, alcanzando los 419,2 millones de euros. El mejor comportamiento se ha dado en redes sociales y en sitios web. Estos datos suponen lo que puede ser el inicio de la recuperación. De hecho, el primer trimestre se cerró en negativo, con una bajada del 9,6%.

No obstante, estos registros hay que tomarlos con cautela. De hecho, si se comparan con un escenario más realista, abril de 2019, o sea, sin el impacto de la pandemia, la inversión publicitaria en medios habría descendido un 14%.

Audio digital y pódcast, tendencias para este 2021

- **Recuperación.** "Estoy viendo mucho movimiento" en general y "creo que la economía publicitaria se está recuperando" al menos en el ámbito digital, dice Belén Acebes, directora de operaciones de IAB Spain, la patronal de comunicación, publicidad y marketing digital.
- **Tirón.** Una de las categorías que figuran en el apartado "Tendencias 2021" de un informe elaborado por esta asociación es el de audio digital. Aquí se incluyen, entre otros, los pódcast, audiolibros o asistentes virtuales. A estos últimos se refiere Acebes como un medio "por el que están apostando muchas marcas, tienen mucho tirón". Aplicaciones de música, el tiempo, recetas o banca son algunas que están usando las marcas para un soporte en "el que piensan que tienen que estar".
- **Exterior.** La publicidad que se hace en la calle, vallas, marquesinas de autobús, etc., es otra de las grandes tendencias para este 2021. Su unión con la programática permitirá un mayor impacto, que además evolucionará hacia la personalización. Gracias a tecnologías como el GPS o los datos móviles se podrán lanzar anuncios en estas vallas dirigidos a los usuarios que pasen cerca de ellas.
- **eSports.** El informe de IAB Spain recoge un aumento de la inversión en este segmento debido a la madurez que presenta ya este producto. Pone como ejemplo la apuesta que algunas ciudades, como es el caso de Málaga, están haciendo por él como reclamo económico y también turístico.

La tecnología conecta a marcas y a usuarios

La inteligencia artificial, la realidad aumentada, la realidad virtual..., la tecnología, en una palabra, se han convertido ya en "la herramienta clave que conecta a las marcas con los usuarios", afirma Juan Luis Moreno, director de innovación en The Valley, una escuela de negocios digital. En su opinión, "la digitalización y el AdTech están revolucionando la forma de hacer publicidad, abriendo paso hacia un nuevo enfoque en el que ya no hay barreras entre lo físico y lo digital".

Para Moreno, hay cinco tendencias que están impactando en la evolución digital del sector: la automatización, la inmediatez, la experiencia, la distribución y la privacidad. Trasladadas a la realidad suponen, por ejemplo, tiendas que se reinventan hacia la digitalización *in situ*, mesas táctiles interactivas en casa para interactuar con los anunciantes, dependientes virtuales con chatbot integrados o contacto en persona con un *influencer* digital.

Para que todos estos instrumentos tengan éxito es fundamental un buen uso del dato, "analizando bien los intereses y necesidades de los clientes" y ofreciéndoles contenidos de valor. "Antes de intentar vender, se debe fidelizar al cliente, y esto se hace a través de la conexión y la emoción", resume Moreno.

El 5G es otro elemento en el desarrollo tecnológico. "Las posibilidades son enormes, sobre todo, en lo que se refiere a anuncios interactivos y en tiempo real", señala. Un ejemplo sería el uso de realidad aumentada en el comercio electrónico o experiencias como conciertos o reuniones a través de plataformas de *gaming* y otros nuevos formatos digitales.

Estas innovaciones se pueden ver en The Place, un espacio en la sede de The Valley para hacer el viaje de las marcas, "desde la creación de esta hasta su impacto en los usuarios a través de los diferentes soportes que están marcando la digitalización de la publicidad".

“El rebote que viene es espectacular”

ENTREVISTA **JOSÉ LUIS DE ROJAS TORIBIO**
Presidente de Equmedia

Gabriele
FERLUGA BASTIANI

Fundada hace más de 30 años, la agencia de medios Equmedia afronta los cambios provocados por la pandemia en el mundo de la comunicación renovando procesos y personal y abriéndose a contribuciones externas. Su presidente, José Luis de Rojas, encara el futuro con mucho optimismo: “El rebote de la economía será sensacional”, asegura, “pero el reto es hacerla más sostenible y no solo desde el punto de vista medioambiental”.

Pregunta. ¿Qué impacto ha tenido el Covid en la comunicación?
Respuesta. Desde la crisis de 2008, el sector ya no magnifica los ciclos positivos como sí lo hace con los negativos. El año pasado, el mercado español cayó un 20% y, en el primer trimestre de 2021, la inversión publicitaria tradicional bajó otro 20%, es decir, un 32% con respecto a 2019. El crecimiento de la comunicación digital compensa, en parte, estos descensos. De hecho, la aceleración de lo digital es el legado de esta crisis. Creo que, por un lado, una porción de la caída registrada en la publicidad tradicional en 2020 no se recuperará nunca, y, por el otro, que el canal digital podría superarla para finales de 2022.

> El digital ya no se puede considerar solo como otro medio más

P. ¿Cómo será la recuperación?
R. Los miedos de los economistas son infundados. En Europa no habrá ni inflación, ni demasiadas bancarrotas, ni una sobrevaloración de activos. Hay un ahorro embolsado que las empresas ya están volviendo a invertir, como nunca hemos visto. Espero que esto afecte mucho a nuestro sector. Va a haber un rebote espectacular, muy superior a lo que pensamos. El segundo semestre va a ser una fiesta. De lo que tenemos que preocuparnos es de lo que vamos a hacer para que la economía se sostenga también cuando vuelva la normalidad.

P. ¿Qué desafíos presenta este sector?
R. Más bien, diría oportunidades. En la nueva arquitectura de nuestra industria ya no se puede considerar el digital como otro medio más, porque tiene un comportamiento peculiar. En España tenemos talento muy competitivo y exportable y podríamos crecer más que proporcionalmente si las autoridades –que no han incluido la comunicación entre los sectores que se benefician de ayudas– no entorpecieran el cambio, con trabas a los operadores digitales.

P. ¿Cómo será el nuevo equilibrio entre digital y canales tradicionales?
R. Las audiencias se han multiplicado porque no han desaparecido en los medios convencionales y a estas se les añade la digital que es, por definición, infinita, por lo que la oferta se ha doblado frente a una demanda que no ha variado. Esto se ajusta vía precio unitario: con algo menos de inversión, ahora se pueden conseguir mejores objetivos que antes.

P. En todo este cambio, ¿qué ha hecho Equmedia?
R. Estamos implantando un plan de transformación: reforzamos el área digital, estrechamos alianzas con socios estratégicos como si formaran parte de nuestro equipo y renovamos el personal de las áreas tradicionales.

El papel

Pregunta. ¿Tiene futuro el papel?
Respuesta. El consumo de información en papel seguirá cayendo, pero crece mucho la audiencia de las mismas cabeceras en la versión digital. Son audiencias de más valor para el anunciante, aunque es más difícil monetizarlas.

Innovación y desarrollo

PARA LAS ENERGÍAS RENOVABLES

En Applus+ llevamos más de 20 años ayudando a nuestros clientes en todo el mundo a desarrollar energías renovables en todas las tecnologías: eólica, solar, hidrógeno verde y almacenamiento, entre otras.

Ofrecemos soluciones innovadoras para la generación, el transporte y la distribución de energías verdes a través de servicios de supervisión y control de calidad, inspección, consultoría e ingeniería. Avanzamos con nuestros clientes hacia un mundo más seguro y sostenible.

Conócenos en www.applus.com

Applus+

Together beyond standards

“La publicidad reactiva el consumo responsable”

ENTREVISTA **JOAN JORDI VALLVERDÚ** / Consejero delegado de OMG

Julia
F. CADENAS

Ahora que el mundo comienza a recuperarse tras la crisis sanitaria del Covid-19 que ha puesto al planeta patas arriba, la publicidad jugará un papel fundamental en la reactivación económica. La digitalización, que ha cogido carrerilla gracias a la pandemia, le ha otorgado un papel protagonista. Así lo explica Joan Jordi Vallverdú, el consejero delegado de Omnicom Media Group (OMG).

Pregunta. ¿Qué rol juega la publicidad en la salida de la crisis?
Respuesta. La publicidad es un buen termómetro de la situación económica, anticipa periodos de crisis porque las inversiones bajan y de recuperación porque suben. La publicidad es un gasto variable, es muy fácil activarlo y desactivarlo. Ahora está volviendo con fuerza. El sector juega un papel fundamental en la recuperación, es un acelerador y un detonante del crecimiento porque facilita la reactivación del consumo responsable.

P. ¿Por qué las empresas no pueden prescindir de la publicidad?
R. La publicidad siempre ha sido necesaria. Hay empresas que en pandemia han dejado de hacer publicidad y el recuerdo de sus marcas ha caído. La pandemia nos ha digitalizado a todos y de una forma superrrápida, por lo que ahora más que nunca es necesaria la presencia digital en medios. Si no estás presente cuando los usuarios están consumiendo productos digitales, perderás la oportunidad.

‘Branded content’

“El *branded content* es una manera de estar de forma pasiva en un contenido. Cada vez es más natural y está más aceptado siempre que no sea invasivo. Lo difícil del *branded content* es medir el impacto de la inversión”.

P. ¿Qué aporta la inteligencia artificial (IA) a la comunicación?
R. La IA es la combinación de algoritmos que a través del input de muchos datos generan un resultado de forma automática. Por eso necesitamos la inteligencia artificial para que trabaje los datos que se presentan cada vez más fragmentados y descubra las tendencias del consumidor, así seremos capaces de activar campañas de publicidad con mensajes mucho más individualizados.

> **Ahora, más que nunca, es necesaria la presencia digital en medios**

P. ¿La sostenibilidad es también una línea de trabajo?
R. En el contexto pospandémico lo que preocupa es la salud, cuidar de los nuestros, de nuestra sociedad y de nuestro planeta. Los consumidores van a exigir a las marcas que sean cada vez más sostenibles, más saludables, que contaminen menos y que se involucren de forma directa con la sociedad. Si te vinculas con la sostenibilidad serás recompensado como marca, es una tendencia que vemos cada día más.

P. ¿Cuáles son los formatos que tendrán más éxito en los próximos años?
R. Creo que lo que se está consolidando, incluso desde antes de la pandemia, es el consumo de canales digitales. Hoy la mayoría de los consumidores tienen una adaptabilidad al mundo digital al 100%. Hay muchísimos canales para poder acercarte al consumidor con formatos publicitarios directos, claros y sencillos. Aunque no es suficiente. En una estrategia de comunicación hay que trabajar también el marketing de alcance, lo que se consigue con medios masivos que no tienen por qué ser digitales, como la televisión, la radio o el medio exterior.

cincodias.elpais.com/agr/legal

Legal

Información precisa para decisiones profesionales

Toda la información y noticias sobre leyes, sentencias, abogacía, bufetes y despachos profesionales.

COLABORA:

Wolters Kluwer

EL PAÍS ECONOMÍA / CincoDías

“Ser líder es atreverse a ir por delante en el cambio”

ENTREVISTA **ESTER GARCÍA COSÍN**

CEO de Havas Media Group España

Sara
RIVAS MORENO

Ester García Cosín es la responsable en España de Havas Media Group, la red de agencias de medios perteneciente al Grupo Havas, y compañía líder en la creación de experiencias en medios para la construcción de marcas relevantes. Hablamos con ella sobre el liderazgo en el entorno de la recuperación económica dentro del sector publicitario.

Pregunta. Tras la gran caída de la inversión publicitaria en 2020, ¿se nota ya la recuperación del sector?
Respuesta. Como era de esperar, así es. Empezamos el año más lento de lo que todos esperábamos como consecuencia de la continuidad en las restricciones de movilidad, horarios... Pero afortunadamente desde el mes de marzo se ha empezado a ver mejora en la inversión.

P. Havas Media Group es referente en el mercado, líder en su sector desde hace años. ¿Es más complicado ser líder hoy día?
R. Sí, desde nuestro nacimiento en España, hace más de 40 años. Ser líder hoy en día requiere aptitudes, actitudes y valores diferentes. Nosotros entendemos el “nuevo liderazgo” reformulando la definición de líder más allá del volumen, de la posición que ocupes en un ranking. Entendemos que el líder es pionero, el que va por delante en el cambio, el primero que toma las decisiones que otros no se atreven a tomar. El nuevo líder es inquieto, curioso, inconformista, valiente, y en estos momentos, además, debe ser ágil, flexible, resiliente. El nuevo liderazgo no se entiende sin honestidad, sin transparencia.

> El consumidor es experto, hábil, sabe lo que quiere y lo que espera de las marcas

P. En épocas de crisis, ¿cree que aumenta la rivalidad?
R. En nuestro sector la rivalidad existe, con y sin crisis. Es un sector muy profesional, que ha evolucionado mucho en los últimos años, con mucho talento, que compite por una inversión que no crece a la velocidad que lo hacía hace una década y, por tanto, altamente competitivo.

P. Son especialistas en conectar de manera relevante marcas y consumidores. ¿Actualmente sigue existiendo esa gran desconexión?
R. No pienso que exista desconexión, creo que el consumidor es experto, hábil, sabe lo que quiere y lo que espera de las marcas, compañías, y también de los medios. Y por tanto es exigente y se conecta con quien quiere, cuando y donde quiere. Y nosotros nos dedicamos a entender mejor que nadie qué hacen aquellas marcas y compañías por las que los consumidores pagarían más, defenderían más, las integrarían en su día a día, en sus vidas, en su entorno.

P. ¿Cómo ayudan a las marcas a crear esa conexión? ¿Qué papel juegan aquí los medios?
R. Entendiendo qué medios son importantes para las personas. Y la relevancia es fruto de la confianza, del valor del entretenimiento y de la información. Solo de esa manera podremos crear experiencias, que al final es lo que buscamos todas las personas.

Valor de marca

Pregunta. ¿Cuáles son las claves de Havas para aportar valor a la industria?
Respuesta. Hacer que las marcas de nuestros clientes sean más relevantes y sean admiradas por toda la sociedad. Crear diferencias significativas para las marcas no es fácil, por eso hemos trabajado durante años para que nuestra compañía tenga una visión, proceso de trabajo, conocimiento, herramientas y tecnología que permitan a todas las personas que trabajan en cualquier agencia del grupo –o área transversal– que puedan hacerlo. Por último, y lo más importante: identificar y hacer crecer el talento de esas mismas personas y los equipos que trabajan con nosotros. La excelencia, ejemplaridad y profesionalidad de nuestros empleados ha hecho que durante años nuestra competencia se nutra también de ese talento. Esta sea, quizás, la manera más plausible de medir nuestro liderazgo.

Es el momento de acelerar los cambios

L'ORÉAL

LA ESTRATEGIA de transformación sostenible de la multinacional involucra a todos los actores de su cadena de valor

Marce
REDONDO ROMERO

El calentamiento global, los cambios medioambientales o el aumento de la desigualdad en la era pospandemia han llevado a L'Oréal a acelerar sus esfuerzos para contribuir a resolver los retos más acuciantes que afronta la sociedad a través de su programa *L'Oréal for the future*. "Es el momento de la transformación sostenible. Nuestro compromiso es mundial. Trabajamos la sostenibilidad casi como un plan de negocio, lo cual supone un cambio radical en todo lo que hacemos y en cómo lo hacemos", explica Íñigo Larraya, director de RSE y sostenibilidad de L'Oréal España.

La estrategia de desarrollo sostenible de la multinacional se asienta en tres grandes pilares y tiene objetivos medibles de reducción de impacto que serán implementados de manera progresiva hasta 2030. El primero es que L'Oréal se está transformando por dentro para asegurar que sus actividades sean respetuosas con los límites planetarios. "El gran cambio es que dejamos de hacer lo que podemos para hacer lo que debemos. Los científicos coinciden en que traspasar los llamados límites planetarios destruirá el hábitat humano. Nuestro compromiso es asegurar que nuestras actividades respeten dichos límites", precisa Larraya.

El segundo pilar se sustenta en que la compañía cree que es su responsabilidad involucrar a clientes, proveedores y consumidores en su proceso de transformación. "Nuestra relación va a cambiar; vamos a contratar servicios y a elegir proveedores en función de su compromiso con la sostenibilidad", dice el responsable de RSC de la compañía. Pero, más allá de la transformación de su modelo de negocio, L'Oréal quiere contribuir a paliar los desafíos medioambientales y sociales en el mundo. "Como líderes en la industria de la belleza, debemos retribuir a la sociedad y cumplir con nuestras responsabilidades", puntualiza Larraya.

Por tanto, el tercer pilar se basa en aprovechar recursos financieros para contribuir a paliar los grandes retos que enfrenta el planeta. Por esta razón, la compañía ha destinado 100 millones de euros a inversiones dedicadas a la regeneración de ecosistemas y el desarrollo de la economía circular, y otros 50 millones a un fondo de dotación solidario para apoyar a mujeres en situación de vulnerabilidad.

Además, el compromiso de la filial española es trabajar para integrar a 800 personas, a través de su programa de aprovisionamiento solidario, y a otras 500 con el programa de formación para personas vulnerables *Embellece tu futuro*.

Imágenes del etiquetado de impacto mediambiental.

Etiquetado

L'Oréal ha lanzado en España un innovador sistema de etiquetado de impacto medioambiental y social de la mano de la marca Garnier. El nuevo sistema, que clasifica los productos de la A a la E, de mayor a menor impacto, en función de su huella ecológica y social, irá implementándose en el resto de marcas del Grupo. "La herramienta está concebida para que los consumidores estén informados a la hora de tomar sus decisiones de compra. Queremos impulsar un cambio colectivo", relata Íñigo Larraya.

Universidad y FP empezarán a entrelazarse

EL NÚMERO de estudiantes por aula va a ser el quebradero de cabeza para el próximo curso tras el espejismo vivido por el coronavirus al obligar a dar clases con la mitad del alumnado

Mamen
LUCIO MADERUELO

Con la aprobación del anteproyecto de ley de formación profesional se darán los primeros pasos de una reforma que fomentará relaciones nuevas entre los estudios de formación profesional (FP) y los de la universidad. Por ejemplo, se podrán cursar ciertas asignaturas indistintamente en una u otra opción. Solo es uno de los cambios que se esperan para interconectar la educación superior.

El Ministerio de Educación y Formación Profesional ha destinado 2.075,4 millones de euros a FP hasta 2023 de los cerca de 5.000 provenientes de la UE. Es la apuesta prioritaria, ya plasmada en el Plan de Modernización presentado en julio de 2020, que se concretará especialmente en cualificar a la población activa (1.220,3 millones), acreditación de competencias profesionales (724,6 millones), innovación e internacionalización de la FP (599 millones), formación modular (394,78 millones), conversión de 3.700 ciclos en bilingües (300 millones), transformación digital (256,1 millones) y creación de una red de excelencia (200 millones). También se contempla la habilitación de 135.000 plazas más y, ya en menor cuantía, la puesta en marcha de Aulas Mentor, en zonas rurales, y el aprendizaje digital y verde.

Sin embargo, si echamos cuentas y comparamos con los 70.000 millones de euros previstos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la Economía, "la educación sigue infravalorada, pues se necesitarían unos 12.000 millones para ponernos en la media inversora de Europa", recuerda José Ramón Merino, coordinador de política educativa en STEs-Intersindical. "Ni siquiera llegamos al 5% del PIB en lo destinado al año. Un problema al que ahora se suma el de la vuelta a las ratios prepandemia y que crea malestar", añade.

Institutos, los olvidados

Y es algo compartido en el sector. Desde la Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN) reconocen, además, que no a todas las modalidades de enseñanza les ha ido igual en estos meses de crisis sanitaria. "Nosotros, al fin y al cabo, ya estábamos preparados para el modelo presencial-online, puesto que en la crisis anterior sí sufrimos y tocó esforzarse. Sin duda, y lo conozco de cerca, han sido los institutos los grandes olvidados, con docentes asumiendo cargas de trabajo ingentes y, encima, sin formación previa ni herramientas adecuadas. De ahí nuestra disposición a aportarles nuestro *know how*, como ya hemos transmitido a los organismos pertinentes", cuenta Antonio Alonso, presidente de AEEN.

También la Asociación Nacional de Centros e-Learning y Distancia (Anced), en su última asamblea, ha reafirmado su compromiso "para ayudar a las instituciones presenciales a implantar un modelo virtual. Está claro que el *blended learning* se quedará incluso en las etapas de enseñanza obligatorias", opina Arturo de las Heras, en la presidencia.

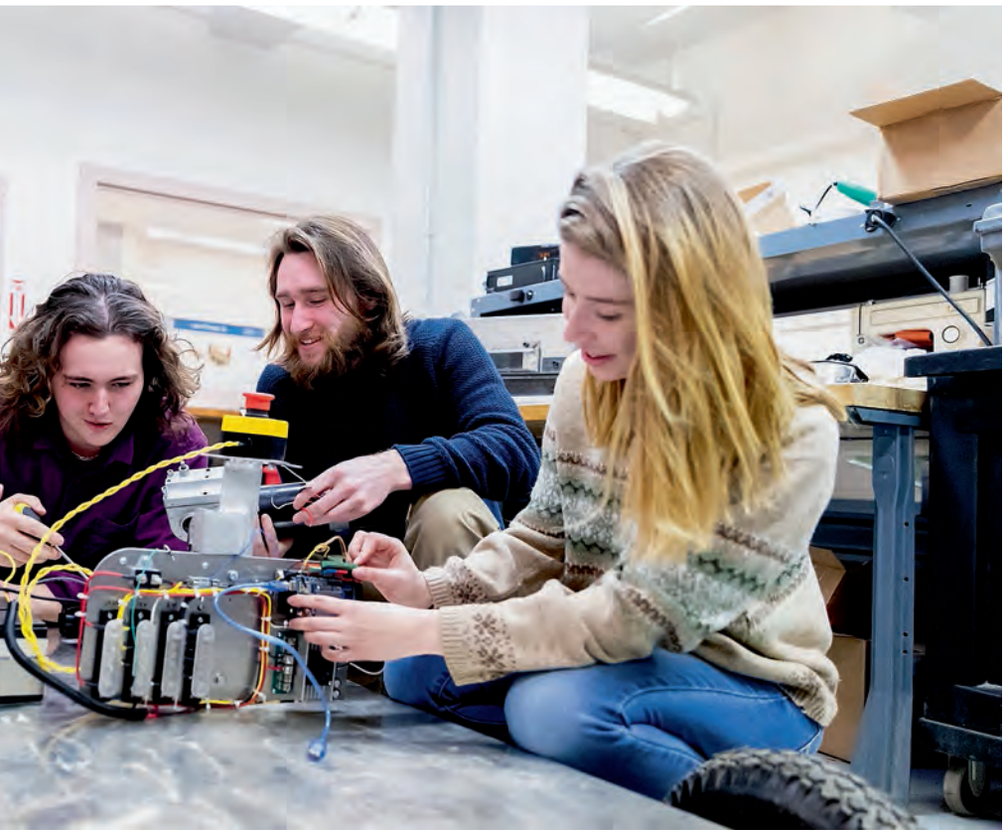
No obstante, ambos coinciden en que hablar de educación online es algo más que poner una pantalla de por medio. Por ello, "toca mejorar todo lo conseguido y utilizarlo como complemento de la formación presencial", subraya De las Heras, quien insta a que todos los materiales que se han facilitado en plataformas, así como las tutorías que se siguen realizando por videoconferencia, se conserven como soporte del proceso de enseñanza venidero "para reforzar el proceso educativo".

900.000

son los alumnos de FP actuales, un número que se ha duplicado en una década y que se espera incrementar.

12.000

millones de euros se necesitarían para equiparar las inversiones en educación a la media europea, según calculan en el sector.



FOTOS: GETTY IMAGES

Novedades que motivan

La revolución de la FP busca un solo reto: frenar la tasa del 16% de abandono escolar temprano en España. El camino, una mayor interrelación entre la realidad productiva y los centros de FP mediante la actualización del 80% de las titulaciones y másteres. En el caso de la formación dual, un mínimo del 25% de horas lectivas serán en el centro de trabajo y se mejorarán las retribuciones por las prácticas laborales.

Aprender empatía además de números y letras

erradicar la violencia del mundo es posible si se educa de otra manera y se ponen herramientas adecuadas en manos de los más pequeños", opina Leslie Udwin, fundadora de Think Equal, un programa de aprendizaje socioemocional (SEL) ya implantado en 25 colegios madrileños. Estas palabras las pronunciaba en el encuentro convocado por la Federación de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias (Fedepe) para dar a conocer esta iniciativa impulsada por Fundación Gomaespuma, "con la que hemos suscrito un convenio, dado nuestro compromiso con la educación en igualdad", explicaba Ana Bujaldón, presidenta de Fedepe.

Para Juan Luis Cano, periodista e integrante de Gomaespuma, no es entendible que no se enseñe en los colegios a ser ciudadanos y a mejorar la sociedad. En el evento, su compañero en el conocido dúo de origen radiofónico, Guillermo Fesser, distinguía dos tipos de personas: las que piensan siempre en individual y las que anteponen el nosotros.

Ambos quieren que predominen las segundas y ayudar a ello con el material educativo de esta organización benéfica, y más después de la pandemia vivida.

Pese a la incertidumbre, los profesionales quieren confiar en el futuro. "Está claro que se avanza, pero hay tanto margen de mejora... En la misma FP, que ya ronda los 900.000 alumnos, se hace imprescindible trabajar a tres bandas", considera Luis García Domínguez, presidente de FPEmpresas, agrupación de centros públicos y privados. Estas serían: una orientación efectiva, "por parte de profesores, tutores y padres"; una oferta amplia y cercana, "con más apuesta territorial que debería apoyarse en una red de residencias y de becas específicas", y en tercer lugar, recursos, "sobre todo más personal para poder cuidar las ratios, aparte de profesores capacitados".

El modelo híbrido educativo será el predominante tras el Covid, según los expertos

En este tema de exceso de alumnado en las aulas también incide Raimundo de los Reyes-García, al frente de la Federación de Asociaciones de Directivos de Centros Educativos Públicos. "En estos centros hablamos de un serio problema pedagógico que impide la atención adecuada a los estudiantes y, en última instancia, obra en detrimento de los resultados". Para él, la dotación del profesorado que permita reducir el número de estudiantes por aula es una emergencia y, junto a esta, también la de la FP y la brecha digital.

Tecnología que iguale

"El acceso generalizado a las tecnologías nos igualará en oportunidades, tras haberse hecho más que evidentes las diferencias en estos meses. No solo en el seno de las familias, sino también en los colegios e institutos públicos", agrega Reyes-García.

Para digitalización, los fondos europeos han previsto 1.496 millones, una partida que atañe a más de una decena de ministerios, entre estos Educación y Universidades. Como planes destacados: crear 240.000 aulas digitales interactivas, basadas en un modelo híbrido (827 millones), capacitación digital para 700.000 profesores (301 millones) e incorporación de 300.000 dispositivos se llevarían los mayores presupuestos.

A cada alumno, su formación en línea

UNIR LA UNIVERSIDAD EN INTERNET

PERSONALIZAR su oferta educativa lo más posible es el nuevo propósito de este centro universitario

Mamen
LUCIO MADERUELO

No tener en cuenta el impacto de la digitalización en la universidad sería tanto como obviar la trascendencia de la imprenta en esta institución durante el siglo XVI. Tal comparación es de Jordi Sevilla, exministro y presidente del Consejo Social de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). Tampoco se puede hablar de la transformación digital en la enseñanza superior sin hacerlo a la vez de esta universidad del grupo Proeduca, pionera en educación online.

Lógicamente, esta segunda apreciación ya no es de Sevilla, pero deja claro que no hay debate sobre la avanzadilla que UNIR ha supuesto al romper las barreras de acceso al mundo universitario gracias a la tecnología; menos aún después este largo año de crisis sanitaria y emergencia didáctica en el que ha demostrado su fortaleza tras una década de experiencia.

Una posición que, más que confort, supone exigencia. La formación digital ha pasado de ser conveniente a imprescindible, y esto multiplica la competencia, admite Rubén González, su vicerrector de Ordenación Académica y Profesorado. "Esta realidad, que es positiva para avanzar en un modelo país de educación en línea, obliga a buscar la excepcionalidad. En nuestro caso, segmentando al máximo los perfiles de los estudiantes con tecnologías y metodologías docentes punteras", detalla.

"Que se estén promoviendo certificaciones de títulos digitales, no es casualidad. Vivimos un momento trascendente y emocionante en lo educativo", subraya González. Para él, ni el perfil de la gente joven es el mismo que hace años ni se puede obviar que la enseñanza híbrida ayuda a evitar el aislamiento en situaciones como la vivida con el Covid.

¿Los retos? "Asumir que lo presencial y lo digital se retroalimentan, así como mejorar la formación del profesorado", concluye.

Se buscan docentes

Los más de 53.000 alumnos matriculados en Proeduca, el grupo al que pertenece UNIR, auguran que la demanda siga en ascenso, más ahora después del bautismo online derivado de la pandemia.

Sin esperar, de cara a un contexto de recuperación, la entidad ha activado su proceso de captación de profesores para ampliar su claustro, que cuenta con docentes de todo el mundo. Para optar a la oferta de empleo: https://trabajaconosotros.unir.net/.

Rubén González, vicerrector de Ordenación Académica y Profesorado. Arriba, clase online de la universidad.

Este modelo educativo permite la socialización

cincodias.elpais.com/territorio_pyme

Territorio Pyme

Emprende el camino del éxito

Todo lo que necesitas saber, a tu alcance. Herramientas, guías, ayudas y subvenciones, con toda la actualidad sobre pymes, autónomos y emprendedores.

La ayuda para las pymes en **CincoDías**.

COLABORA: Club del Emprendimiento

EL PAÍS ECONOMÍA / CincoDías

ABANCA
ABB
abertis
accenture
ACS
ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS
AENOR
PROJECT TRUST
ALD Automotive
aliseda
Inmobiliaria
A.M.A.
agrupación mutual aseguradora
AMERICAN EXPRESS
Applus
ASEBIO
Ayuntamiento de Valladolid
valladolid adelante
mediolanum
BANCO
Sabadell
Santander
bankinter
BBVA
Bristol Myers Squibb
CaixaBank
CincoDías
cajamar
CAJA RURAL
Cámara
de Comercio de España
Campofrío
capital energy
caser
seguros
cellnex
driving telecom connectivity
CEPSA
CESCE
El valor del crédito
COFIDES
Inversión y desarrollo
consum
DON SIMON
EAE Business School
El Corte Inglés
ELPOZO
ence
ENERGÍA & CELULOSA
endesa
Q.
EQUMEDIA
farmaindustria
FCC

43 Aniversario

Resetear la economía

ELECTRICIDAD CONTIENE LA E DE CEPSA

Porque en Cepsa te ofrecemos la tranquilidad de poder realizar recorridos de larga distancia gracias a nuestro corredor de carga ultrarrápida Ionity. Si eliges la movilidad eléctrica también puedes contar con nosotros.

Cepsa es
#másdeloqueimaginas

CEPSA

Tu mundo, más eficiente.