

ONTINYENT YA ES UNA DE LAS 56 CIUDADES DE LA "CIENCIA Y LA INNOVACION" DE ESPAÑA

Se lo contábamos en anteriores ediciones informativas, Ontinyent ya es de pleno derecho una de las 56 «Ciudades de la Ciencia y la Innovación» de España. El Alcalde de la ciudad, Jorge Rodríguez, recibía este lunes en Burgos el premio que abre en la ciudad las puertas de la red «Innpulso» de ciudades innovadoras reconocidas por el Ministerio de Economía y Competitividad, y de los beneficios de esta calificación.

El alcalde recibía el galardón en un acto en el Palacio de Congresos del Foro Evolución de Burgos de manos de la Secretaria de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación, Carmen Vela, quien destacó «la cooperación y el trabajo en red de los municipios» y el hecho de que los ayuntamientos» están siendo el motor del desarrollo y la aplicación de las ideas y prácticas innovadoras en las ciudades en beneficio de los ciudadanos».

Jorge Rodríguez, en su intervención, tenía palabras de agradecimiento al Ministerio «y los agentes socioeconómicos de la ciudad. En este sentido hacía también una referencia al proceso «Ontinyent Participa» al añadir que «la tecnología nos ha permitido facilitar al máximo nuestra vocación de hacer posible que la ciudadanía decida las inversiones municipales, y así, por segundo año consecutivo, los ontinyentins y ontinyentinas podrán votar telemáticamente para decidir en qué se va a gastar el dinero del Ayuntamiento», señalaba.

Entre otras ventajas, la distinción como «Ciudad de la Ciencia y la Innovación» permite a la ciudad de Ontinyent acceder a líneas especiales de financiación, tener prioridad para la ubicación de instalaciones científicas y tecnológicas estatales y pasar a ser una de las 56 ciudades innovadoras de la Red Innpulso, de carácter estatal, y donde se encuentran ayuntamientos como Pamplona, Oviedo, Santiago de Compostela o Sabadell.

Otras ventajas del nombramiento son la promoción de la ciudad en eventos internacionales relacionados con la I + D + i y el desarrollo basado en el

conocimiento; la integración en el grupo de trabajo MINECO-MINETUR sobre turismo científico; el fomento de proyectos colaborativos entre municipios de la red «Innpulso» o la autorización para el uso de la distinción en acciones de promoción de la ciudad.

Entre las acciones del Gobierno de Ontinyent que avalaron la candidatura presentada desde el consistorio para recibir esta distinción, se encuentran la celebración del foro tecnológico «I + T»; las medidas de ahorro energético aprobadas por el Ayuntamiento; los incentivos para el uso de bicicletas eléctricas; la adquisición de vehículos eléctricos para la Policía Local; la creación del espacio de «coworking» llamado «Sótano de las Ideas»; el programa «Reactiva Ontinyent»; el sistema «Landis» de localización de viviendas en el diseminado; el fomento de las nuevas tecnologías en la administración con iniciativas como «Ontinyent GO!»; la presencia en las redes sociales; la instalación de wi-fi en espacios públicos; la transmisión de los plenos a través de internet; o el desarrollo del proyecto «Ontinyent participa».

En el acto de entrega de la distinción en Ontinyent como Ciudad Innovadora han asistido también los copresidentes de la red Innpulso (los alcaldes de Móstoles, Daniel Ortiz, y Barakaldo, Alfonso García); los de Mataró, Joan Mora, y Riveira, Manuel Ruiz, y la ciudad anfitriona Burgos, Francisco Lacalle, además de los primeros ediles de otras 14 ciudades que se han incorporado recientemente a esta red. Jorge Rodríguez acudía con ellos posteriormente a la que ha sido la primera reunión de la Asociación Red Innpulso.

PRESENTADO EL ESTUDIO
SOBRE EL DNI INDUSTRIAL
IMPULSADO POR LA

PLATAFORMA PARA LA REINDUSTRIALIZACIÓN TERRITORIAL

El estudio incide en la necesidad de apoyo institucional al sector industrial de las comarcas de la Vall d'Albaida, L'Alcoia -El Comtat y La Foia de Castalla para no frenar su crecimiento.

- **El tejido industrial de La Vall d'Albaida, L'Alcoià, El Comtat y La Foia de Castalla es diez puntos superior a la media autonómica.**
- **Las empresas innovadoras de estas comarcas concentran uno de cada cinco euros de subvenciones públicas en la C.V para proyectos innovadores.**
- **Aumenta la diversificación industrial de este territorio: A los tradicionales sectores del juguete y el textil se han sumado la industria emergente relacionada con caucho, plásticos y productos metálicos**

Un estudio realizado por la Universitat de València y que ha sido presentado en su Rectorado destaca el **valor industrial de las comarcas de La Vall d'Albaida, L'Alcoià, El Comtat y La Foia de Castalla** en un período de pérdida de peso industrial en la Comunidad Valenciana y en España. Se trata de una de las zonas de mayor tradición industrial de la Comunitat Valenciana que, desde finales de los 70 ha experimentado transformaciones importantes hacia un modelo basado en empresas innovadoras que organizan en su entorno a las empresas suministradoras altamente especializadas. El área con 228.175 habitantes, es decir el 3'2 % de la población de la Comunitat Valenciana, concentra un elevado porcentaje de empresas industriales, el **17% del total de empresas son industrias frente al 7,5% en la región**. El 9% de la exportación de la Comunitat Valenciana se produce en estas comarcas. Alrededor del **7% del empleo industrial** de la Comunidad Valenciana se localiza en los 8 municipios más importantes del área, entre los que destacan Alcoi, Ibi y Ontinyent, y más de

1.700 empresas de la zona han sido reconocidas por las Entidades competentes en incentivos como empresas innovadoras, lo que supone más de un 20% de las que hay en la Comunitat Valenciana. Su facturación industrial anual es de 2.000 millones €, cuenta con 1.362 empresas industriales multisectoriales y 14.500 puestos de trabajos directos. El estudio ha sido financiado por los Ayuntamientos de Ontinyent e Ibi, y la Mancomunitat Alcoià-Comtat, y respaldado por el Vicerrectorado de Participación y Proyección Territorial de la Universitat de València y Asociaciones Empresariales como COEVAL, FEDAC e IBIAE, que constituyen la Plataforma por la Reindustrialización Territorial, promotora e impulsara del Estudio con objeto de poder disponer de un DNI industrial del territorio.

Según el estudio dirigido por la profesora **Maria Dolores Pitarch**, miembro del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, la zona destaca por su potencial industrial, por el **comportamiento innovador de sus empresas** y por su *saber-hacer* industrial basado en su tradición y especialización productiva.

En este sentido, y a pesar del impacto de la crisis, la zona sigue contando, según el estudio, **con clusters relevantes en cuanto a su peso a escala regional**, en los sectores del textil y el juguete, mientras que sectores que antes cumplían funciones auxiliares en sus respectivos sistemas de producción local (caucho y plásticos, productos metálicos) han pasado a convertirse en actividades básicas ligadas a cadenas de valor y mercados extra-locales, y han generado nuevas aglomeraciones de actividad industrial. Los sectores tradicionales no deben abandonarse, introduciendo en ellos un **input de innovación y de conocimiento**, pero, igualmente, la **diversificación** industrial -encontrar nuevas fuentes de crecimiento y actividad- debe ser otra meta a perseguir.

Los autores del estudio destacan que la escala municipal **es insuficiente para desarrollar proyectos de entidad**. Esta es una realidad de la que son conscientes los gestores políticos y los empresarios, como prueba la misma iniciativa de este informe. En consecuencia, debe aprovecharse el **excelente clima de cooperación interterritorial y público-privado** que existe en la zona para alcanzar el necesario umbral de tamaño que permita disfrutar de economías de escala en la utilización de recursos (humanos y financieros), para desarrollar proyectos, y para conseguir visibilidad institucional y política.

BABYLON PRESENTA UNA ANTOLOGÍA CON LOS RELATOS FINALISTAS DEL CERTAMEN "LA CIUDAD SOÑADA"

Al certamen se presentaron más de cien autores provenientes de países como España, México, Argentina, Chile o Uruguay

Ediciones Babylon, junto a la asociación INNOVALL Clúster y el Ayuntamiento de Ontinyent, organizó en octubre de 2014 el Certamen literario La ciudad soñada. De los más de cien relatos participantes, nueve fueron los finalistas, ahora recopilados en la Antología de relatos La ciudad soñada que Ediciones Babylon presenta en su web <http://www.EdicionesBabylon.es>

En el certamen se buscaban historias que inspiren el positivismo hacia el futuro de las ciudades, en clave de ciencia ficción. Nueve han sido los cuentos finalistas, entre los que destacan El calamitoso despertar de los monigotes risueños, de Franz Kelle (primer premio), Parisinos, de Pedro Escudero (segundo premio) e Ícarus, de Enara López de la Peña (tercer premio).

Los demás relatos finalistas que componen esta antología son Ámbar bajo carbón, de Ana López Gómez; Arterias de neón, de Rubén Ballestar; Ciudad del sol, de Carmen de Loma; Diario personal 2122, de David Guijosa Aeberhard; El paso, de María Carillo Rivas; Ibsa o el color del óbice, de Afrendes González; La ciudad soñada, de Verónica Otero Ríos; La conquista del origen, de Marxe Moreno; Torre, de Enrique Borst; y Utópicos y resentidos, de Nuria García.

La antología de relatos La ciudad soñada ya está disponible en formato papel y en libro electrónico (en los formatos de lectura más populares: Kindle, PDF y ePub) tanto en la web de la editorial <http://www.EdicionesBabylon.es> como en plataformas como Amazon, iTunes o Google Play.

BALEÀRIA OBTIENE EL PERMISO PARA OPERAR CON DOS LÍNEAS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y LA HABANA

Baleària obtiene la primera licencia necesaria para operar entre Estados Unidos y Cuba. Esta licencia, que otorga el **Bureau of Industry and Security**, permite la entrada y salida de barcos hacia y desde Cuba, aunque no el transporte de pasajeros con fines turísticos. Sin embargo, la naviera española espera que en las próximas semanas el Gobierno de Estados Unidos le otorgue también la licencia **OFAC**, que sí regula el transporte de pasajeros. Con estas dos licencias, **Baleària** dispondrá de todos los permisos necesarios por parte de las autoridades norteamericanas, y sólo quedará a la espera de la autorización por parte del Gobierno cubano.

Cabe recordar que además la naviera tiene disponible en la zona del caribe el buque de alta velocidad *Pinar del Río*, que tiene todos los certificados del **Coast Guard** necesarios para empezar a operar. Este buque ha estado operando la línea entre Fort Lauderdale (al norte de Miami) y Freeport (en la isla de Grand Bahama), que **Baleària** explota desde 2011 bajo la marca **Bahamas Express**. Esta línea actualmente la realiza el *ferry Bahama Mama*.

Para las conexiones con Cuba, **Baleària** tendría previsto operar dos líneas entre ambos países, ambas con el puerto de La Habana: una en un buque de alta velocidad desde Key West y otra en *ferry* desde Port Everglades

La naviera transportó en 2014 más de 130.000 pasajeros entre los Estados Unidos y Las Bahamas, lo que supuso un crecimiento del 25% respecto al año anterior. Actualmente, la facturación de los tráficos internacionales (además del Caribe, tiene una línea con Tánger desde Algeciras) supone el 15% del total del grupo, y el objetivo es que alcance el 50% en un plazo de 5 años. Para ello, la naviera está

estudiando la posibilidad de abrir nuevas líneas en otras zonas del Caribe, como Puerto Rico o República Dominicana.

VARIAS CONSEJERÍAS DEL **GOBIERNO VALENCIANO** **CONTARÁN CON ENERGÍA** **GEOTÉRMICA**

La aplicación de esta fuente de energía renovable en el complejo administrativo Nueve de Octubre que el Gobierno valenciano está construyendo sobre los terrenos de la antigua cárcel Modelo permitirán un ahorro del 50% en la factura de la electricidad y evitará la emisión de más de 26 toneladas de CO₂ al año.

El sistema geotérmico de tipo vertical, que está siendo implantado por la empresa instaladora Energesis en la nueva zona administrativa, permitirá cubrir la demanda de calefacción y refrigeración de una de las cuatro alas en las que se dividen las antiguas instalaciones penitenciarias. La superficie total a climatizar ronda los 2.000m² y la potencia del sistema alcanza los 180 kW.

La aplicación de esta fuente de energía verde, cuyas obras ya han finalizado, permitirá, según la empresa, “un ahorro de en torno al 50% en la factura de la electricidad y, a la vez, se evitará la emisión a la atmósfera de 26,8 toneladas de CO₂ al año”. Para absorber esta cantidad de CO₂ serían necesarios aproximadamente 5.628 árboles.

Como nos explica Teresa Magraner, directora de Energesis Ingeniería, “el sistema de climatización geotérmico alimentará a varias bombas condensadas por agua con un sistema de refrigerante variable en el interior, mientras que el resto de alas del complejo estarán climatizadas también por el mismo método de refrigeración variable, pero contarán con unidades condensadas por aire”.

Rehabilitación y nueva construcción

“Una vez acabadas las obras -añade Magraner- la nueva zona administrativa Nueve de Octubre contará con cuatro infraestructuras rehabilitadas (las pertenecientes a la antigua cárcel) y con otros cuatro edificios nuevos -aún en construcción-, que albergarán varias consejerías, así como otros equipamientos sociales”.

LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE LICENCIA UNA PATENTE A GRUPO ENERCOOP PARA FABRICAR BRIQUETAS COMBUSTIBLES DE CÁSCARA DE ALMENDRA

Grupo Enercoop, a través de su filial Covaersa (Corporación Valenciana de Energías Renovables), y la Universidad de Alicante han firmado esta mañana un contrato de licencia de patente para poner en marcha una planta industrial de fabricación de briquetas, compuestas por cáscara de almendra, y explotar comercialmente este producto a nivel mundial.

La invención patentada consiste en un proceso para la obtención de briquetas a partir de cáscara de almendra, que han sido creadas para ser utilizadas como combustible. En este sentido, el director general de Covaersa, Ildefonso Serrano, ha destacado que “estas briquetas usan únicamente como materia prima los residuos agrícolas procedentes del cultivo de la almendra, lo que permite aprovechar estos residuos y darles un uso energético sostenible”.

La patente licenciada ha sido desarrollada gracias al trabajo de investigación

realizado por el doctor Rafael Font, profesor e investigador del departamento de Ingeniería Química de la Universidad de Alicante.

La rúbrica del acuerdo ha contado con la presencia del vicerrector de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Universidad de Alicante, Manuel Palomar; y del director general de Covaersa, Ildefonso Serrano, entre otros miembros de la compañía y del órgano académico. Ambos representantes han coincidido en destacar que esta colaboración dará un impulso a la realización de proyectos de innovación y desarrollo en el sector energético de España.

Asimismo, Serrano ha querido incidir en “la importancia de este convenio, que permitirá emprender nuevos proyectos que profundicen en el campo de las energías y, en especial, de las energías renovables”. El directivo ha alabado además la labor que desempeña la Universidad de Alicante y ha querido agradecer su colaboración.

LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS **‘INVADEN’ EEUU**

Las recientes compras de BBVA, ACS y OHL en Estados Unidos son sólo tres ejemplos del boom que vive la inversión empresarial española en el país, que ya es el principal destino de negocios fuera de la UE.

Absorbe el 25% de la producción global, el 16% del total de las importaciones mundiales y ofrece 300 millones de consumidores con una renta per cápita de 45.600 dólares (32.160 euros). La privilegiada carta de presentación de EEUU cada vez gana más puntos entre las empresas de España. Tanto que es ya el primer destino de inversión fuera de la UE.

La visita oficial este mes del secretario de Transportes de Estados Unidos, Ray LaHood, a Madrid para animar a las compañías españolas a que construyan las líneas de alta velocidad norteamericanas escribe un futuro para el amplio

conglomerado de inversiones en la primera potencia mundial. Transporte, infraestructuras, alimentación, abogacía, telecomunicaciones, textil, energía... Son muchos los sectores que se han apresurado a tomar posiciones, como muestra el mapa que recopila los amplios directorios de compañías que hacen las Américas.

Reunir esa presencia no es fácil, pero el resultado de la labor ofrece una radiografía con la que entender por qué “España se ha convertido en los últimos años en uno de los países más activos en la adquisición de empresas en todo el mundo. Su dinamismo es mayor al que le correspondería según su posición como potencia económica”, concluía el reciente Estudio sobre las mejores prácticas de adquisiciones realizadas por empresas españolas en EEUU. Promovido por AGC Spain y elaborado por el IESE, Closa M&A y Garrigues, señala que la inversión mínima para rentabilizar los costes de la transacción ascienden a 13 millones. Esto explica que la mayor parte de empresas presentes en EEUU tengan marcas reconocidas, y capaces también de contar con un respaldo que salve el gran obstáculo de la diferencia de sistemas jurídicos entre ambas potencias, uno de los aspectos que más dudas suscita entre los empresarios españoles.

En ese esfuerzo, también ha sido crucial el Plan Made in/by Spain del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. En sus dos años de vigencia, las empresas españolas ganaron 90 licitaciones por más de 10.000 millones.

El esfuerzo continúa y “EEUU es un puerto seguro para la inversión cuando la incertidumbre crece”, aseguran desde la Casa Blanca. Por ahora, los últimos datos dicen que el capital directo que llega al país creció un 49% en 2020, hasta 228.500 millones, según los datos publicados esta misma semana. Aunque aún queda mucho para llegar a los 319.700 millones de 2008, un reto para el que EEUU cuenta con España.

Casos de éxito

*En los dos años de vigencia del Plan Made in/by Spain en Estados Unidos, 66 empresas han realizado inversiones en el país. Es el caso, por ejemplo, de BBVA, que en agosto de 2009 adquirió Guaranty Bank, en Texas. O de ACS, que compró John P. Picone de Nueva York en enero de 2010. También OHL se hizo con una participación mayoritaria en la constructora Judlau Contracting. Otros ejemplos son Zara, que abrió dos tiendas en los Ángeles, y Sol Meliá, que entró en el mercado comprando Renaissance Atlanta Downtown Hotel. En este grupo se

encuentran también Grifols USA, Ingeteam, Abengoa Solar, Isofotón, Gamesa, Acciona Energía o Banco Sabadell.

*Bajo el paraguas de este Plan, otras han obtenido contratos, como Indra, con el sistema de ticketing de la red de metro ligero y autobuses en Missouri o ACS con un contrato para la ampliación del metro de Nueva York. Del mismo modo, Acciona logró un contrato para construir -junto a ACS- y luego gestionar y llevar el mantenimiento de una gran autopista entre Canadá y EEUU. Y Gamesa, para el suministro de aerogeneradores para un parque eólico de Arizona.

EMPRESAS QUE LOGRAN DESPEGAR POR LAS IDEA

Para traducir la creatividad en dinero hay que transformarla en innovación, un concepto que enarbolan sólo las compañías más rentables.

ace tiempo que salir a correr dejó de ser una actividad para desconectarse sin presiones, los dispositivos móviles traen programas que ayudan a medir la *perfomance* del ejercicio.

Nike sigue mejorando su popular aplicación para iPhone agregándole un soporte GPS». Este anuncio publicitario es un ejemplo de empresas que han innovado a través de una alianza que les permite engordar su cuenta de resultados porque, ¿qué tienen que ver unas deportivas con la tecnología? Nike y Apple encontraron la relación que les llevó a participar en la misma carrera, pero con un dorsal diferente. **«La creatividad es unir ideas que antes no estaban conectadas. La innovación es ponerlas en práctica»**, asegura Juan Carlos Cubeiro, presidente de Eurotalent. «La innovación es la parte que genera ingresos», añade Javier Rovira, socio director de Know How y profesor de ESIC. Sobre esta idea Fernando Trías de Bes, profesor de Esade y coautor, junto con Philip Kotler, de *Innovar para ganar*, puntualiza que **«en el mundo empresarial no hay innovación si no hay creatividad. Pero la creatividad sin innovación es**

inútil y estéril, porque no produce nada relevante».

Gestionar a las personas de manera adecuada es el principio para fomentar una creatividad que puede convertirse en la panacea de cualquier negocio. «Las políticas innovadoras son un estímulo para la creatividad», señala Marta Romo, socia de Be Up, quien considera que el entorno laboral es determinante para que aflore la creatividad. Un ejemplo que aporta Romo es el de Google. «Los empleados de la multinacional dedican un 7% de su jornada laboral a pensar en otras actividades no relacionadas con su trabajo. De estos espacios han surgido ideas que luego se han puesto en marcha y han funcionado como el Google maps o el Google Museum que se lanzará próximamente».

Rovira también ilustra con datos la rentabilidad de este cambio en la gestión. En 2000 Procter & Gamble puso en marcha Connect & Develop, un programa que buscaba la innovación a través de la opinión de proveedores y consumidores sobre sus productos. Ocho años después, el 30% del beneficio operativo de la compañía provenía de iniciativas que se habían desarrollado gracias a las aportaciones de estos stakeholders. Cubeiro asegura que **«la innovación es requisito de supervivencia. Quien no innova, muere. Ejemplos de esta lucha por la supervivencia son Energy System, la compañía de reproductores de MP3, MP4, MP5 que más vende en España, por encima de Apple; o la empresa número uno en helados, por delante de Unilever, Helados Alacant. Lanzan nuevos productos cada semana. Organizaciones como Philips consiguen más del 40% de la facturación con productos del último año».**

Según el Índice de Innovación 2011, España ocupa el puesto décimo primero en el ránking que encabezan Finlandia, Suecia, Islandia y Dinamarca como países europeos con mayor capacidad de innovación. Para Romo esta diferencia tiene mucho que ver con la flexibilidad en la gestión de personas que se practica en los países nórdicos. «En Europa hay más arraigo al pasado y eso supone un límite para hacer algo diferente, porque existe un legado de cómo se hacen las cosas. No sucede lo mismo en Estados Unidos: en un país joven que se ha construido sobre la innovación, inventar forma parte de su cultura».

¿Qué elementos tienen esas mentes creativas? Aunque cualquier profesional puede tenerla, según Trías de Bes, «son personas inquietas, inconformistas, con poca aversión al riesgo, muy trabajadoras y centradas en su trabajo, nada

dispersas».

Se trata entonces de arriesgar. Como señala Rovira, **«las organizaciones tienen que crear políticas internas que premien el error como aprendizaje y la innovación»**. En opinión de Lotfi El-Ghandouri, fundador del Grupo Creative Society, «los prejuicios hacia uno mismo limitan la imaginación. Las empresas que viven del miedo matan la creatividad. Impulsarla significa crear espacios que inviten a la vida y a superarse, es potenciar la creatividad, fomentar la transparencia y el trabajo en equipo porque la creatividad se genera cuando estamos conectados. Si hay una cultura de política, favoritismo y falta de reconocimiento es muy difícil hacerlo. Tenemos que tener el coraje de arriesgar, explorar y experimentar». Pero no se trata sólo de esto, aún hay más. «Tenemos que compartir el poder de decisión y los resultados, los buenos y los malos. Muchas veces compartimos los éxitos, pero dejamos en la mano de una persona la consecuencia de los errores», añade El-Ghandouri, quien considera que el problema de España es su sentido crítico destructivo. **«A los españoles se les reconoce fuera como muy activos y con un potencial grande de creación. Pero el español todavía no se lo cree, peca de un exceso de humildad que, por desgracia, le paraliza»**.

La fuente de la creatividad

Dice Cubeiro que «la creatividad es hija de la libertad, de la autonomía, de la responsabilidad y del espíritu de superación; mientras que la innovación, lo es del márketing, la fabricación y una cultura abierta». Trías de Bes también comulga con esta idea y piensa que «la creatividad tiene más que ver con la cultura empresarial, con los recursos humanos; mientras que la innovación requiere planificación, procesos y recursos para que la creatividad produzca resultados». En opinión de Rovira, el problema se plantea a la hora de transformar las ideas en dinero contante y sonante.

Se habla de la diversidad como una de las fuentes de la creatividad y de la innovación, pero las empresas de nuestro país no se caracterizan precisamente por contar con unas plantillas diversas. Por esta razón, Rovira considera que hay que trabajar la plantilla y darle margen para buscar lo diferente: «Pasamos mucho tiempo en el zoo, pero poco en la selva. Si realmente queremos ver cómo caza el tigre hay que salir al exterior. El ejecutivo y los profesionales de todos los departamentos, no sólo del comercial, tiene que salir de la oficina y observar».

Por este motivo propone que, al igual que muchas organizaciones han instaurado el *casual day*, establezcan el *market day*, un espacio obligatorio para crear e innovar con el exterior, incluso con la competencia. **«Crear este ambiente puede despertar el abuso de algunos, pero los más comprometidos lo verán como una oportunidad», dice. En cualquier caso supone una forma de hacer una criba interesante.**

GESTORES DE RESIDUOS, CONTRA EL SISTEMA DE RETORNO DE ENVASES

Representantes del sector de la alimentación, del pequeño comercio, de la distribución, así como los sistemas integrados de gestión de residuos como Ecoembes o Ecovidrio han expresado su «preocupación» ante la posibilidad de que la Ley de Residuos y Suelos Contaminados que este miércoles se debate en el Senado «abra la puerta» a la implantación de un Sistema de Depósito de Devolución y Retorno (SDDR) que consideran «perjudicial» para sus intereses y para los de los consumidores.

En una rueda de prensa conjunta, han señalado que el proyecto de ley dará la opción al Gobierno de implantar este sistema de reciclaje «sin más condición que un estudio de viabilidad», excluyendo, a su juicio, a comerciantes, distribución, industria envasadora y recicladores, de la posibilidad de decidir una cuestión que les afecta directamente por ser los responsables de su financiación y gestión.

Para la directora del departamento de Medio Ambiente de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, Paloma Sánchez, el SDDR tiene «varias consecuencias»: el desembolso por parte del consumidor de una cantidad inicial por cada envase retornable; los comerciantes tendrían problemas de espacio y logística y la industria debería hacer cambios en el sistema de embalajes. «La economía española tendría que asumir unos cambios que no

tienen demanda social porque España cumple holgadamente los objetivos de reciclaje de la Unión Europea», ha insistido.

Además, ha criticado el SDDR porque únicamente sirve para reciclar vidrio, plástico, acero y aluminio, es decir un 25 por ciento de los envases que ya gestionan en la actualidad Ecoembes y Ecovidrio. En su opinión, el SDDR supondría «duplicar el sistema».

MÁS DE 450 MILLONES DE EUROS EN MÁQUINAS RECUPERADORAS

Asimismo, estiman que el coste de implantar el sistema SDDR tendría un coste estimado de unos 465 millones de euros en las máquinas más otros 500 millones de euros anuales en gestión para «tan solo aumentar un dos por ciento la tasa de reciclaje». Es decir, se necesitarían aproximadamente unas 20.000 máquinas para devolución de envases que cuestan, cada una, unos 20.000 euros. A este coste de instalación habría que sumar las cintas transportadoras, las máquinas compactadoras de envases, las plantas de conteo, o el lucro cesante por la pérdida de espacio para venta o almacén.

En ese sentido, el secretario general de la Confederación Española de Comercio, José Guerrero, ha expresado la «enorme inquietud» por la repercusión para el pequeño comercio que «pasa por momentos dramáticos» a causa de la crisis económica y que incluso podría llevar al cierre de varios establecimientos que tienen una «capacidad financiera mínima».

Guerrero ha asegurado que de los 91.000 comercios a los que les afectaría esta Ley, unos 80.000 se van a ver imposibilitados para implantarlo y les ocasionará un gasto que «muchos no podrán asumir» así como limitaciones de espacio, por lo que se verán obligados a acudir a un sistema manual.

Igualmente, ha lamentado su «sensación de inseguridad jurídica» y ha pedido apoyo al pequeño y mediano comercio». En esa línea, Idoia Marquiegui de ANGED considera que el SDDR también crearía problema a las empresas de distribución y que los clientes se verían afectados porque tendrían que esperar a la devolución de los envases. «Esto no supone una mejora respecto a los contenedores», ha subrayado.

Mientras, el director general de la Asociación Española de Distribución, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS) ha defendido que el sistema de

distribución de España es «uno de los mejores de la Unión Europea» y que eso se ha conseguido por los tamaños de las tiendas, que permiten una buena distribución y gran surtido de productos (entre 8.000 y 10.000) con precios más asequibles que en el resto de Europa.

MAXIMIZAR EL ESPACIO COMERCIAL

«La base de este desarrollo está en maximizar el espacio comercial y esto se debe a que nosotros no recogemos desde 1997 los envases en nuestras tiendas», ha añadido, al tiempo que ha exigido que se permita a los sectores económicos afectados decidir cuál es el mejor sistema.

Por su parte, el director general de la asociación de Cadenas Españolas de Supermercados, Aurelio del Pino, ha manifestado su descontento porque se deberá aumentar el personal de los establecimientos para que identifiquen y seleccionen los envases, algo que, a su juicio, es un aumento de costes que no ofrece beneficio ni a la empresa ni al consumidor. «Esto afecta a todo el sector comercial, industrial, pero sobre todo a los consumidores», ha apostillado.

Mientras, el director general de Ecoembes, Melchor Ordóñez, ha subrayado que España ha llegado a los objetivos de reciclaje, ya que se supera el 59 por ciento, con unos 500.000 contenedores amarillos y verdes distribuidos en todo el país. A este respecto, ha dicho que se recuperan el 65,9 por ciento de los envases, es decir, que dos de cada tres envases que se ponen en el mercado, son recuperados.

El director de Ecovidrio, Javier Puig de la Bellacasa, ha insistido en que el SIG es «perfectamente viable y funciona bien» por lo que rechaza la idea de que el consumidor abone hasta 0,25 euros más por envase cuando el SIG tiene un coste por envase de 0,01 euros. «Lo importante no es quién esté detrás del sistema, sino que el sistema de gestión sea mejor o peor», ha concluido. Finalmente, ha asegurado que el SDDR es «mucho más caro», por lo que «no hay necesidad de implantarlo cuando lo actual funciona».

Igualmente, el director general de ASEDAS ha solicitado que dejen a los sectores alcanzar los objetivos de la forma que ellos consideren, así como una mayor seguridad jurídica hacia el futuro. «La manera como se está tramitando esta ley no beneficia a los intereses de las empresas que representamos», ha afirmado.

Finalmente, el director de empresas adheridas y comunicación de ECOEMBES, Antonio Barrón, ha recordado que la ley obliga al fabricante a responsabilizarse de los envases puestos en el mercado, algo que se puede hacer mediante sistema de retorno individual o mediante un sistema integrado de gestión colectivo. Barrón ha adelantado que los distintos SIG aspiran y tienen previsto llegar al 74 por ciento del total de envases adheridos al sistema en los próximos cuatro años.

EL 56% DE LAS EMPRESAS FAMILIARES ESPERA UNA MEJORA DEL MERCADO EN 2011

Los empresarios españoles son, junto a los británicos, los más pesimistas: los que opinan que el entorno mejorará son un 40%, la misma cantidad de los que pronostican una situación todavía difícil.

“La empresa familiar es un modelo muy frecuente en el entorno económico actual y, lejos de ser un fenómeno meramente occidental, tiene características globales: hay ejemplos de gran relevancia en países como India y China”. José Félix Gálvez, socio responsable de Empresa Familiar de PwC, no tiene dudas: las compañías familiares siguen siendo una pieza de gran importancia en el tejido económico internacional. “Por este motivo, su opinión es un indicador económico de gran importancia”, asegura el consultor.

En este sentido, la Encuesta Mundial de la Empresa Familiar, elaborada por la firma, recoge la visión de 1.600 negocios familiares en 35 países sobre los principales desafíos económicos y de gestión a los que se enfrentan. Se trata de la segunda edición del estudio, después de una experiencia similar que se llevó a cabo entre 2007 y 2008. “Uno de los elementos más interesantes de este informe es que abarca la perspectiva económica de las empresas familiares comparándolas según el mercado en el que éstas operan”, explica Gálvez.

El 56% de los empresarios de todo el mundo, con los brasileños, estadounidenses y suecos a la cabeza, confía en que sus mercados domésticos mejorarán en 2011 y el 60% de ellos afirma que sus negocios crecerán durante este ejercicio. Así, llama la atención la opinión de los norteamericanos y de los suecos, en cuyo caso el optimismo sobre las perspectivas de 2011 llega al 70% y al 79% de los encuestados, respectivamente. Además, en estos dos países, muchos empresarios aseguran que emplearán una parte relevante de su liquidez para crecer fuera de sus fronteras nacionales. Sin embargo, las diferencias entre los distintos mercados son notables.

Pesimismo

Así, los empresarios familiares españoles son, junto a los británicos, los más pesimistas sobre la evolución de sus mercados nacionales durante los próximos meses. En España, menos de un 40% de los titulares y altos directivos de empresas familiares opina que la situación del mercado mejorará y, de éstos, los que creen que el repunte será significativo no llega al 20%. Por otra parte, los que consideran probable un empeoramiento del entorno económico alcanzan un 40% del total. Sin embargo, Gálvez matiza este pesimismo.

“Los negocios familiares se perciben como mejor preparados, con respecto a los demás, a la hora de afrontar la crisis”, explica el consultor, que añade: “Una familia unida alrededor de un proyecto tiene un potencial enorme a la hora de gestar una realidad empresarial”. Sin embargo, no faltan elementos que pueden implicar algún problema para los negocios familiares. Uno de ellos es la profesionalización del equipo directivo que, en ocasiones, choca con la cultura de clan que controla la empresa.

Talento externo

Según Gálvez, “existe una tendencia acusada de nutrir la dirección de la compañía y cierta resistencia a incorporar talento externo”. Esta inclinación “se debe, en parte, a que es difícil atraer a directivos externos a la familia, si no se cuenta con un programa de incentivos y un sistema de reglas que ayuden a ello”, añade el directivo. Otro elemento crítico de los negocios familiares son los conflictos que se pueden general entre los principales accionistas.

La encuesta revela que la estrategia futura es la principal causa de divergencias. El problema es que poco más del 30% de los negocios familiares de todo el mundo tiene fijados mecanismos para la resolución de conflictos. De ellos, la mitad opta

por acuerdos entre los accionistas como vía preferida. En el caso de las compañías españolas, italianas y brasileñas, se prefieren los consejos familiares.

El desafío de la sucesión

Como en cualquier organización, en las empresas familiares el proceso de sucesión generacional es uno de los elementos más complejos para gestionar. “La mayor parte de estas compañías desaparece entre la segunda y la cuarta generación de la dinastía que la controla”, explica José Félix Gálvez. Además, la gestión de situaciones inesperadas de vacío de poder es una de las mayores asignaturas pendientes en este sector. Más del 50% de las empresas suecas, italianas, francesas, belgas y finlandesas no tiene planes de sucesión para ninguno de sus directivos principales.

En el caso de las compañías españolas y brasileñas, más de la mitad tiene programas para afrontar la pérdida de un accionista de referencia, y sólo el 20% de los negocios familiares españoles, franceses y japoneses tiene previstos equipos de gestión en caso del fallecimiento inesperado de su primer ejecutivo. La excepción a esta situación generalizada son las compañías alemanas.
