

Plaza

**ANUARIO
EMPRESARIAL**

La covid-19 se ha cebado más con la economía de la Costa Blanca que con la de otras zonas equiparables, quizá porque la situación de partida era más débil que en otros casos o porque el 'músculo' alicantino estaba en los sectores que implican interacción social, precisamente lo que ha prohibido este virus

UN TEXTO DE DAVID MARTÍNEZ FOTOGRAFÍAS DE RAFA MOLINA

La economía de la provincia cierra el año volviendo a 2015

Una ambulancia recorre una insólita avenida de Dénia sin tráfico de vehículos. RAFA MOLINA



Una radiografía de la economía de la provincia de Alicante al cierre del ejercicio actual no puede sustraerse al impacto que la pandemia del coronavirus ha tenido a todos los niveles. Cierto es que esa pandemia ha tenido un efecto global, y que los problemas de Alicante no son diferentes a los de otros territorios en España y fuera de ella. Pero lo cierto es que varios indicadores apuntan que, quizá porque la situación de partida era más débil que en otros casos, o porque el ‘músculo’ alicantino estaba en los sectores que implican interacción social —precisamente lo que ha prohibido el virus—, la covid-19 se ha cebado más con la economía de la Costa Blanca que con la de otras zonas equiparables.

Tanto que, según el indicador Ineca — el índice creado por el Instituto de Estudios Económicos de Alicante para resumir el estado de salud de las principales variables socioeconómicas— la provincia cierra 2020 en el mismo punto en que estaba

al finalizar 2015. Un año en el que, por fin, los datos macroeconómicos comenzaban a despegar tras la doble crisis de 2008 y 2011. Es decir, el nivel de empleo, producción industrial y transacciones económicas han vuelto al mismo punto en el que estaban cuando la provincia comenzó a salir de la última crisis. El coronavirus, así, habría borrado el crecimiento de los últimos cinco años para devolvernos al punto de partida.

El dato más alarmante de cuantos componen la foto fija de Alicante en diciembre de 2020 es el de la brutal caída del Producto Interior Bruto (PIB) de la provincia, que la Cámara de Comercio de Alicante calcula en 28,7 puntos al segundo trimestre del año. Se trata de una estimación, dado que el dato real del PIB no se conoce hasta dos años después, cuando lo publica el INE (en 2017, último dato conocido, la provincia producía 35.000 millones de euros al año), pero da una idea del desastre provocado por el confinamiento. En el mismo periodo, se estima que el PIB español cayó un 21%, ocho puntos menos. En el caso de la provincia, la creación de riqueza se vio lastrada por el comportamiento del sector servicios, dado el peso del turismo y la hostelería, con una caída del 33%, según el Indicador Sintético de Actividad de la Provincia (ISPA) de la Cámara.

Cabe suponer que el dato del tercer trimestre será mucho más halagüeño, dado que

Contabilidad Nacional apunta un ‘rebote’ del 16,7% para la economía española (que no obstante se sigue dejando cinco puntos respecto al PIB precovid). El segundo trimestre marcó el suelo de la crisis, tras dos meses y medio de parón obligado, y desde entonces algunas variables han comenzado a remontar. Pero la brecha entre la economía alicantina postpandemia y la de principios de marzo está lejos de cerrarse.

Paro

Saliendo del terreno de las estimaciones y entrando en el de los datos registrados, sin duda el indicador más aproximado a la realidad —y por tanto, preocupante— es el del paro. En este sentido, tanto el paro registrado como los resultados de la Encuesta de Población Activa (EPA) muestran un importante retroceso en septiembre respecto al mismo mes del año anterior. También sucede en el dato de afiliados a la Seguridad Social, aunque el incre-

mento de autónomos lo camufla en cierta medida. Y sin olvidar que aún hay miles de personas incluidas en un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) por fuerza mayor, que siguen figurando como afiliados pero en realidad no están trabajando.

La provincia cerró el tercer trimestre con 179.045 parados, lo que supone un incremento del 23,3% en el paro registrado respecto al tercer trimestre de 2019. Y hay que tener en cuenta que, pese a todo, el empleo se recuperó ligeramente en los meses anteriores tras la debacle de abril y mayo. El paro registrado en España creció en el mismo periodo un punto menos, el 22,6%. «Son incrementos muy elevados y en la misma línea se presenta el paro según la EPA, donde en Alicante el repunte en el tercer trimestre es del 42,1% respecto al dato del año anterior, muy superior a la cifra nacional donde el ascenso es del 16,8%», explican desde Ineca. Así en la provincia se ha pasado del 13,6% del paro EPA en septiembre de 2019 al actual del 19,3%.

Por comarcas, donde más crece el paro al tercer trimestre es en la Marina Baixa, cuyo modelo económico, con Benidorm a la cabeza, está volcado en el turismo y los servicios auxiliares. También es la Marina Baixa donde más cae la afiliación respecto a 2019, un -12,6% —muy por encima de la media provincial, que es del -2,3%—. En el

179.045
parados en la
provincia, al
cierre del tercer
trimestre



DE LA NADA A LA ‘NUEVA NORMALIDAD’

- 1) La avenida Alfonso El Sabio sin viandantes en sus aceras ni vehículos en la calzada durante el confinamiento.
- 2) El paseo del Puerto de Alicante sin vecinos ni turistas.
- 3) El aeropuerto de El Altet sin tráfico de pasajeros.
- 4) Primer vuelo recibido en Alicante, desde Oslo, tras el confinamiento más estricto.
- 5) La nueva normalidad trajo consigo las restricciones y obligaciones, también para el comercio local.
- 6) Los clientes de los establecimientos hacen cola para cumplir con las normas de aforo.



ACTIVIDAD ESENCIAL

1) Camiones en el polígono de San Isidro (Albatera), donde tienen sus plataformas logísticas las principales cadenas de supermercados, consideradas esenciales en el confinamiento. **2-3)** Sus almacenes continuaron en funcionamiento durante el parón generalizado para abastecer a los supermercados. **4)** La fábrica de conservas de aceitunas de Alcoy El Serpis también mantuvo la actividad. **5-6)** Los ya habituales protocolos y restricciones de higiene en este tipo de empresas se extremaron.



➤ resto de comarcas, el paro crece desde el 11,5% del Vinalopó Mitjà hasta el 26,6% de l'Alacantí. Por sectores, el más afectado es el sector servicios, con un paro de casi el 35%, mientras el que mejor resiste es la industria, que se queda en el 15%. Y no hay que perder de vista que en la provincia llegó a haber 160.000 trabajadores incluidos en un ERTE por la pandemia, de los que se han reincorporado más de la mitad, sin tener en cuenta el efecto de los ERTE por rebrote.

IPC y recaudación

La provincia de Alicante acumula siete meses consecutivos, desde marzo, con variaciones anuales negativas en el IPC, lo que Ineca interpreta como «un síntoma claro de de-

bilidad en la demanda de particulares, por reducción del consumo». De hecho, en la misma línea, la recaudación por IRPF en la provincia se ha reducido en el acumulado del año un 5,1%, cuando, por ejemplo, en España es apenas del 0,1%. Entre enero y septiembre, Hacienda ha recaudado en la provincia 2.260 millones de euros, un 7,4% menos que en los nueve primeros meses de 2019. La caída en la recaudación, consecuencia del hundimiento en el segundo trimestre —el del confinamiento—, rompe una tenden-

19,3%
de personas
desempleadas
en septiembre

cia de varios periodos al alza en los que los ingresos del fisco por la actividad económica de la provincia no paraban de crecer.

La brecha ha comenzado a cerrarse después del verano, ya que la diferencia con respecto al segundo trimestre llegó a ser de 8,5 puntos. El impuesto

que más ha caído es el de sociedades, con un -17,7% respecto al mismo periodo de 2019. En cambio, el IRPF y el IVA han caído menos, y los impuestos especiales —los que se aplican al alcohol y el tabaco, así como al carburante— se han disparado al cierre del



2



3



5



6

tercer trimestre con un incremento del 75%. «Sin duda Alicante está sufriendo más las consecuencias de la pandemia que la media del territorio nacional», señala Ineca. Y es que no solo el turismo afecta a estas cifras, «las empresas industriales también se están viendo afectadas de manera clara, bien por ser empresas con vínculos con el turismo y la hostelería en general, o bien por la reducción del consumo que incide de forma clara en uno de los sectores, como es el del calzado, en la provincia de Alicante».

Exportaciones

La afección de la pandemia y del cierre de actividad sobre los sectores tradicionales de la provincia queda de manifiesto en la

evolución de las exportaciones, que obviamente también presentan un comportamiento general negativo. Las ventas al exterior de nuestras empresas no escapan al proceso de ajuste, y el retroceso en las exportaciones de la provincia es del 6,9%, un dato que sin embargo es mejor que la media nacional, donde el ajuste se eleva hasta el 12,6%.

Lo mismo sucede en el lado de las importaciones, que se reducen un 14,7%, «un síntoma claro de que las industrias de Alicante no están produciendo al

-7,4%
de recaudación
para Hacienda
respecto a 2019

mismo nivel que estaban hace un año» y, por tanto, importan menos materia prima. Por productos, se aprecia que el mayor ajuste lo tienen el calzado — que pierde 222 millones de euros de ventas— y las pieles y cueros —que se dejan 32,7 millones de euros respecto al tercer trimestre del año pasado—.

Pero la balanza comercial de Alicante también ofrece noticias positivas. Por ejemplo, con importantes mejoras en las ventas a terceros países de vehículos automóviles —que facturan 77 millones de eu-

➤ros más, frutas —38 millones adicionales— materiales plásticos —26,4 millones más que en 2019— y legumbres y conservas —23,7 millones extra—. No obstante, todos estos avances no compensan la reducción de la industria del calzado, que es la que peor parada sale, pero no la única que sufre. En términos relativos, han acumulado caídas superiores al 20% en lo que llevamos de año productos tan importantes en la exportación alicantina como las pieles, los cueros, el algodón, el caucho, la sal, el yeso, las piedras sin trabajar y las manufacturas de piedra, además del sector zapatero.

Si se observa el detalle por países, hay algunos mercados que han incrementado sus compras a la provincia. Por países, hasta agosto, los que más aumentan sus compras de productos alicantinos son Portugal (11,8%), Alemania (11,5%), Suiza (11,1%), Polonia (10,9%) y Arabia Saudí (6,7%). Por el contrario, hay otros mercados clásicos de la provincia donde se contabiliza un descenso respecto el año anterior, como son Reino Unido (-11,5%), Marruecos (-12,3%), Canadá (-13,1%), Estados Unidos (-20,9%), México (-25,8%), Argelia (-27,9%) y China (-36,8%), según los datos facilitados por Ineca a partir de la contabilidad oficial.

Turismo y venta de viviendas

El sector económico por antonomasia de la provincia de Alicante merece análisis aparte. Sin duda, es el que más está sufriendo la crisis de demanda que ha generado la pandemia, al impedir o limitar los desplazamientos. Las cifras del sector son elocuentes. Al tercer trimestre de 2020, las pernoctaciones hoteleras habían caído más de un 80% respecto al mismo periodo de 2019. Algo lógico si se tiene en cuenta que los hoteles cerraron entre Semana Santa y el mes de julio, y que en verano solo han podido recibir algo de turismo nacional —los visitantes extranjeros han caído un 77% los nueve primeros meses—.

Así, la patronal hotelera Hosbec contabiliza 730.700 pernoctaciones hasta septiembre de 2020, frente a los 3,8 millones del año anterior. La rentabilidad de las habitaciones ha caído un 60% —36 euros de ingreso por habitación disponible frente a 86 euros en 2019—, los establecimientos abiertos se han reducido a menos de la mitad (49,6%) y el personal empleado ha caído un 54%.

-6,9%
de exportaciones,
aunque mejora la
media nacional



En el sector del turismo rural, el efecto no ha sido tan pronunciado, pero aun así la reducción en Alicante se eleva al 40%, cuando la media nacional solo ha bajado un 25% el número de pernoctaciones. «Se abre una buena oportunidad para este sector en Alicante», consideran desde

Ineca, ya que «tiene los recursos y el paisaje para ganar cuota de mercado en este segmento del mercado turístico».

Otro sector fundamental para la provincia es el inmobiliario, y especialmente lo que se ha venido en llamar turismo residencial. Es decir, la venta de viviendas a residentes extranjeros que se asientan en la

Costa Blanca para pasar la mayor parte del año y que se convierten en consumidores y contribuyentes de la provincia. Al cierre del primer semestre de 2020 (los datos del tercer trimestre se conocerán a finales de año), la facturación y el número de operaciones del sector inmobiliario en la Costa Blanca se había hundido un 40% respecto al año pasado: las compraventas movieron 1.730 millones de euros hasta junio, frente a los 2.697 que se generaron en el primer semestre de 2019.

Hay que tener en cuenta que el mes de junio arrojará probablemente los peores datos de todo el año, por el confinamiento entre marzo y mayo; pero tampoco hay que olvidar que el sector ya ofrecía síntomas de ralentización un año antes de estallar la pandemia.

El freno a la actividad inmobiliaria se ha trasladado también, lógicamente, ➤



COMITÉ OLÍMPICO
ESPAÑOL



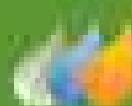
"En los Juegos Olímpicos se compete cuatro días, pero los resultados se logran en cuatro años de ilusión y preparación".

Sandra Sánchez,
3 veces Campeona
del Mundo de Karate.

Os damos toda nuestra energía
para que sigáis haciendo historia.

Iberdrola. Liderando el mundo en energías renovables
impulsando la igualdad a través del deporte.

Objetivo: Igualdad



IBERDROLA

➤ a la construcción de viviendas. En este caso, la estadística (del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Alicante) llega hasta el tercer trimestre, y recoge por tanto un ligero repunte en la actividad de las promotoras. Sin embargo, la caída acumulada hasta septiembre pese a la reactivación de los últimos meses es del 30%. En términos absolutos, este año se han iniciado hasta el mes de septiembre 3.952 nuevas viviendas, mientras que en 2019 fueron 5.680 las iniciadas, según la estadística de visados. Por zonas, la que mejor resiste es Alicante, con una caída de solo el 10% en el acumulado del año (y un repunte del 40% en el tercer trimestre), mientras Elche aguanta la caída y la actividad se desploma en el resto de la costa y el interior de Alicante.

Creación de empresas y actividad

La constitución de nuevas sociedades en Alicante ha seguido una tendencia irregular este año, viéndose afectada como todas las demás variables por la pandemia, pero arrojando algunos datos llamativos pese a ella. Así, hasta septiembre la constitución de empresas cae de forma notable en el acumulado, pero curiosamente los meses de julio, agosto y septiembre han mejorado el dato de 2019, quizá porque

acudieron a inscribirse las nuevas empresas que no habían podido hacerlo en abril y mayo. De hecho, en estos dos meses la curva toca fondo, y en mayo la creación de sociedades mercantiles cayó más de un 40%, mientras que en junio el retroceso aún era superior al 20%, según los datos de Ineca.

Entrando en las variables de actividad, la evolución como es previsible es negativa. El consumo de carburante presenta el mismo ajuste en Alicante que en el conjunto de España, lo que se traduce en un retroceso del 19,3%. «La mayoría de las caídas del consumo se mueven en esta horquilla, en la que el 20% puede ser un pilar central y que se extendería de forma global al resto de sectores y actividades», indican desde Ineca, «aunque el comportamien-

-80%
de pernотaciones
hoteleras al cierre
del tercer trimestre

-40%
de compraventa
de viviendas hasta
junio de 2020

-72,5%
de pasajeros en
los vuelos que
gestionó El Altet

to de la venta de turismos, donde en Alicante juegan un papel muy importante las empresas de *rent a car*, el ajuste es del 54,6%, muy por encima del dato nacional que es un negativo del 37,8%».

En el caso de los pasajeros del aeropuerto, auténtica puerta de entrada a la provincia del turismo internacional gracias a sus múltiples conexiones con Europa, y por tanto uno de los motores de la economía alicantina, la pandemia ha terminado con la imparable línea ascendente que venía siguiendo desde que se inauguró la ampliación de la terminal (en 2019 alcanzó el récord de quince millones de pasajeros). Hasta el tercer trimestre, el aeropuerto de Alicante-Elche conta-

biliza 8,5 millones de pasajeros menos que hace un año, un ajuste del 72,5% que está ligeramente por encima del dato nacional, que es del 70%. 📌



Las terrazas y establecimientos hosteleros están centrando el foco de las restricciones sanitarias. RAFA MOLINA

NUEVO CENTRO DE CARROCERÍA

GRUPO MARCOS

Más de 8.000m² a tu disposición



- Gestión integral de siniestros (partes, peritajes...)
- Reparación de pintura con garantía de por vida.
- Servicio de vehículo de cortesía.
- Servicio de reparación exprés.
- Servicio de limpieza integral de los vehículos.

AVENIDA MARE NOSTRUM, 5. ALICANTE
grupomarcos.es

Las cien primeras empresas de la provincia de Alicante incrementan su facturación en más de 400 millones, casi el 5% más respecto al dato que sumaban en 2018



Joaquín Pérez (Neumáticos Soledad), Adolfo Utor (Baleària), José Juan Fornés (Masymas).

Las cien líderes superan los 9.000 millones

El año 2019, el último ejercicio antes de que estallase la pandemia del coronavirus, ya empezaba a mostrar síntomas de ralentización económica en la provincia de Alicante, con un menor ritmo de creación de empleo, de nacimiento de empresas o del consumo, entre otras grandes variables.

Sin embargo, las principales empresas de la provincia completaron en líneas generales un gran año en el que volvieron a

incrementar de forma sustancial su volumen de negocio. La mejor muestra es el *ranking* que se extiende a lo largo de las próximas páginas, en el que *Plaza* presenta los datos de facturación de las cien primeras empresas de Alicante, ordenadas por su nivel de ingresos.

Obviando —como suele ocurrir en estos casos— que muchas de esas empresas forman parte de grupos de sociedades

que consolidan sus cuentas en una sociedad de cabecera —lo que elevaría probablemente el volumen de negocio agregado de los presentes en el *ranking*—, la lista se ciñe a los datos de facturación declarados por dichas empresas en sus cuentas anuales de 2019, excepto en aquellos casos en los que aún no se han presentado por los lógicos retrasos provocados por la pandemia.

El *ranking*, así, lo abre la naviera Baleària Eurolíneas Marítimas, con sede en Dénia, que repite en la primera posición prácticamente cada año desde 2016. La empresa presidida por Adolfo Utor no solo es la líder indiscutible, sino además una de las que más creció, con un aumento del 18% en la facturación hasta 411 millones.

Aunque algunas firmas vieron bajar sus ingresos en 2019 respecto al año anterior, la mayoría sigue la senda ascendente marcada por la naviera de Utor, de forma que las cien firmas que integran el *ranking* de este año superan la barrera de los nueve mil millones de euros de facturación agregada. Concretamente, 9.057 millones. Una cifra que supone un incremento de más de cuatrocientos millones y casi el 5% desde los 8.644 millones que sumaban en 2018 —muchas de ellas repiten no solo en el *ranking*, sino en la posición que ocupan—. Hay que tener en cuenta, en cualquier caso, que el dato es provisional, puesto que en algunas de las firmas incluidas se ha trasladado la facturación de 2018 a 2019, al no haber presentado aún las cuentas del pasado ejercicio.

Si Baleària sigue de forma invariable en la primera posición, tampoco hay cambios en la segunda. Neumáticos Soledad, la punta de lanza del grupo de empresas de la familia Pérez en Elche, repite otro año más medalla de plata, con 289 millones de euros de facturación y un incremento del 3% en su cifra de negocio respecto a 2018. En cambio, sí que varía la tercera posición,



Expertos en
abogacía de
los negocios

RANKING DE EMPRESAS



NOMBRE	2019	2018	%VAR.
BALEÀRIA EUROLINEAS MARÍTIMAS	411.000.000	348.186.000	+18
NEUMÁTICOS SOLEDAD	289.050.872	281.858.184	+3
SPRINTER MEGACENTROS DEL DEPORTE	281.226.540	224.453.980	+25
JUAN FORNÉS FORNÉS	269.600.068	261.980.404	+3
HERMANOS FERNÁNDEZ LÓPEZ	250.233.632	233.341.123	+7
ALDI SAN ISIDRO SUPERMERCADOS	228.402.345	228.402.345	0
SHOES BY STUART	207.679.694	126.492.033	+64
MUSGRAVE ESPAÑA	204.870.540	204.870.540	0
MAGENTA COLORS	200.513.904	200.513.904	0
EURO POOL SYSTEM ESPAÑA	198.534.349	175.710.823	+13
GOLDCAR SPAIN	195.109.000	195.109.000	0
BANSABADELL MEDIACIÓN (GRUPO SABADELL)	159.363.000	148.853.000	+7
EUROPEA DE SERVICIOS Y DISTRIBUCIONES	154.219.826	149.719.971	+3
ALMENDRAS LLOPIS	141.491.929	136.039.406	+4
FÁBRICAS AGRUPADAS DE MUÑECAS DE ONIL	140.512.442	134.554.416	+4
BABCOCK MISSION CRITICAL SERVICES ESPAÑA	133.947.000	168.021.000	-20
HIPERBER DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA	132.252.759	127.389.597	+4
CLAVE DENIA	132.072.097	112.149.164	+19
HIDRAQUA	130.672.834	123.194.074	+6
ACEITUNAS CAZORLA	129.486.784	119.446.175	+8

ocupada tradicionalmente por Juan Fornés Fornés (dueña de los supermercados Masymas en la Comunitat Valenciana y Murcia), y que en 2019 ha sido para Sprinter Megacentros del Deporte. La firma alicantina de ropa y artículos deportivos —nacida en Elche y ahora con sede en Alicante—, integrada en el grupo europeo Iberian Sports Retail, experimentó el último ejercicio un importante incremento en su negocio, un 25% hasta 281 millones de euros.

La cadena de supermercados con sede en Pedreguer cae a la cuarta posición pese a cerrar 2019 con un nuevo incremento de facturación de un 3% para alcanzar los 269 millones de euros de ingresos y un 7% de incremento respecto a 2018, la hortofrutícola Hermanos Fernández López, sociedad principal del Grupo Fernández, propiedad de la italiana Orsero, y que estableció su sede en su plataforma logística de Cox, huviendo de Cataluña en 2017.

Entre las primeras veinte posiciones se cuentan también la base de Aldi en San Isidro, la zapatera Shoes by Stuart (de la marca Stuart Weizman) de Petrer, Musgrave España (y sus supermercados Dialprix y Dialsur) de Elche, la sociedad de cabecera de Actiu (Magenta Colors), Europool Systems, Goldcar Spain, Bansabadell Mediación, Europea de Servicios y Distribuciones (Euroserv), Almendras Llopis, Fábricas Agrupadas de Muñecas de Onil (Famosa), Babcock Mission Critical Services España (la antigua Inaer), Hiperber Distribución y Logística, Clave Denia (Ale-Hop), Hidraqua Gestión Intregal de Aguas de Levante y Aceitunas Cazorla. Transportes, *retail*, industria tradicional (calzado, mueble y juguete), logística, servicios, finanzas y mucha alimentación, entre las empresas punteras de la provincia. De las veinte, solo Babcock vio caer su negocio en 2019. **DAVID MARTÍNEZ**

Paseo Explamada de España
1-3º derecha 03002 ALICANTE
96 529 61 80
www.devesaycalvo.es

dc
Devesa & Calvo
ABOGADOS

Alimentación, moda, materias primas y también concesionarios

Hay importantes crecimientos, algún retroceso, y una muestra representativa de los sectores

■ La vilera Chocolates Valor ocupa la vigésimo primera posición con 125 millones y medio de facturación y un incremento del 2%. Le sigue Marina Salud, y un puesto más abajo aparece JD Spain Sports Fashion, otra de las marcas del grupo de Sprinter, que exhibe el mayor incremento de la tabla, con un 57% de crecimiento hasta los 118 millones de euros de volumen de negocio. Pikolino's Intercontinental, con 114 millones (+4%), y Sanchis Mira, fabricante de Antiu Xixona (114 millones y +6%), ocupan las siguientes posiciones.

Otro que sube de forma destacada en 2019 es Autos Marcos, que alcanza los 102 millones de euros (+46%), aunque otra de las sociedades del grupo de concesionarios, Francisco Marcos, retrocede un 14%, hasta 74 millones de euros, en la posición 40. También figuran en este tramo del *ranking* CHM, que supera los cien millones, Giménez Ganga, que lo roza (98 millones), o empresas del sector extractivo de materias primas como Levantina y Extrusión de Sax. Helados Alacant, Panama Jack, Actiu, Logistium, Quirantes Fruits, Hijos de Manuel Crespo, Aguas de Alicante, La Española o Carmencita (Jesús Navarro) completan el tramo. Todas aumentan su facturación salvo Quirantes Fruits y Jesús Navarro, con retrocesos simbólicos. **DAVID MARTÍNEZ**

RANKING DE EMPRESAS

NOMBRE	2019	2018	%VAR.
CHOCOLATES VALOR	125.509.500	122.728.475	+2
MARINA SALUD	124.204.663	124.204.663	0
JD SPAIN SPORTS FASHION	118.214.324	75.281.204	+57
PIKOLINO'S	114.778.604	110.649.516	+4
SANCHIS MIRA	114.473.579	107.601.425	+6
AUTOS MARCOS	102.104.076	69.752.686	+46
CHM	100.023.735	80.420.130	+24
GIMÉNEZ GANGA	98.000.000	94.860.275	+3
LEVANTINA Y ASOCIADOS	94.344.000	94.344.000	0
EXTRUSIÓN DE SAX	93.756.397	90.508.378	+4
INDUSTRIAS ALICANTINAS DEL HELADO	90.804.630	83.307.000	+9
PANAMA JACK	90.212.544	78.076.907	+16
ACTIU	90.000.000	85.066.903	+6
LOGISTIUM	85.040.000	84.635.000	0
QUIRANTES FRUITS	80.895.450	108.197.532	-25
HIJOS DE MANUEL CRESPO	80.294.653	74.732.215	+7
AGUAS DE ALICANTE	78.791.255	77.948.280	+1
LA ESPAÑOLA	76.846.744	76.823.697	0
JESÚS NAVARRO	74.800.000	75.741.265	-1
FRANCISCO MARCOS	74.765.366	86.681.421	-14



Expertos en
abogacía de
los negocios

RANKING DE EMPRESAS



Telecomunicaciones y energía van al alza en un bloque con mucha diversidad

La empresa que más factura en 2019 ingresa 74 millones, y la que menos obtiene 59

■ La posición 41 del *ranking* es para Surinver, otro representante del sector agroalimentario desde Pilar de la Horadada, con 74,4 millones de euros y un crecimiento del 5%. En este tramo del *ranking*, donde vuelven a figurar importantes empresas del sector industrial y también de la construcción, como Ecisa, destaca sin embargo la presencia de firmas del sector de las telecomunicaciones o la energía, que además protagonizan importantes incrementos de su negocio en 2019. A Smurfit Kappa, que cae un 15%, la siguen Playmobil (casi 72 millones), la SAT Bonnyssa, con 71,3 millones y ligera caída, Gaviota Simbac o Plastalacant.

La conocida Vega Baja Packaging o Componentes Eléctricos Mercaluz, ambas del sur, se mantienen en la zona media con otra de las firmas del grupo Bonnyssa, Hierros Mora Antón o Automóviles Fersan. Fox Energía supera los sesenta millones de ingresos, como Verne Telecom, o la *outsider* Overseas Import, instalada en Benissa desde hace unos años pero dedicada a la importación y distribución alimentaria en España con capital extranjero. En la posición 60 destaca la entrada de Instalaciones Eléctricas y Bobinajes, que protagoniza el incremento más fuerte respecto a 2018, con un 84% más de negocio y 58,8 millones. **DAVID MARTÍNEZ**

NOMBRE	2019	2018	%VAR.
SURINVER GRUPO SCOOP	74.420.948	70.702.744	+5
ECISA	72.669.920	72.669.920	0
LEVANTINA	72.635.067	58.876.377	+23
SMURFIT KAPPA	72.000.000	84.869.000	-15
PLAYMOBIL IBÉRICA	71.882.296	73.303.428	-2
SAT N 9359 BONNYSSA	71.368.930	77.198.007	-8
GAVIOTA SIMBAC	70.978.799	73.193.517	-3
PLASTALACANT	67.039.854	65.445.725	+2
VEGABAJA PACKAGING	64.779.000	64.892.000	0
COMPONENTES ELÉCTRICOS MERCALUZ	63.931.925	66.856.857	-4
BONNYSSA AGROALIMENTARIA	63.857.807	62.036.822	+3
HIERROS MORA ANTON	62.860.401	64.070.538	-2
AUTOMÓVILES FERSAN	62.301.322	59.406.891	+5
FOX ENERGÍA	62.126.212	62.126.212	0
VERNE TELECOM	61.615.965	52.998.614	+16
ALBERO FORTE COMPOSITE	61.500.000	54.936.692	+12
OVERSEAS IMPORTS	60.705.496	56.740.378	+7
GOLDCAR FLEETCO	58.917.000	58.917.000	0
SCALEVANTE	58.867.887	63.730.612	-8
INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y BOBINAJES	58.828.575	31.919.017	+84

Paseo Explamada de España
1-3º derecha 03002 ALICANTE
96 529 61 80
www.devesaycalvo.es

de
Devesa & Calvo
ABOGADOS

La automoción y el plástico siguen defendiendo sus posiciones

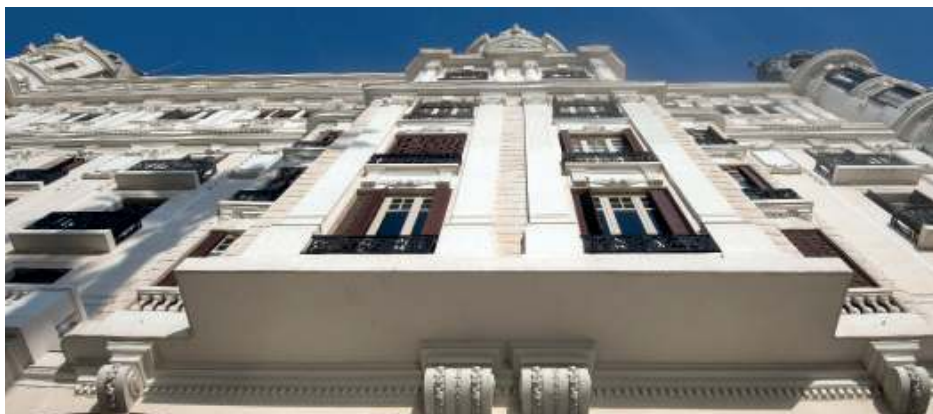
Los concesionarios son mayoría, con firmas del sector plástico facturando en torno a 50 millones

■ La parte baja del ranking de las empresas de Alicante arranca con mucha presencia de concesionarios de vehículos, pero también varias empresas del sector del plástico. Dos sectores productivos con mucho arraigo en la provincia que defienden sus posiciones pese a la tendencia de los últimos años a ponerlos en la picota. Así, Automóviles Gomis rebasa los 57 millones de euros, Marcos Motor —tercera sociedad del grupo oriolano en el ranking— llega a 56,5 millones, y Talleres Ginestar, 56,2 millones. Serramovil, en la posición 67, ingresa 53,1 millones; Mundingar factura casi 52,4 y Valgauto Motor (puesto 75) llega a 48,9 millones.

Del plástico, destacan ITC Packaging, de Ibi, con 54,3 millones de euros y un crecimiento del 2%, SM Resinas (del grupo Samar, propiedad de Vicente Sala) con 49,7 millones, o Plásticos Vicent (la segunda planta de Smurfit Kappa en la provincia, en Ibi) que ingresa más de 49. Otras firmas conocidas en este tramo son la zapatera MTNG Europe Experience (pese a retroceder hasta los 53,4 millones), la central de compras Juguettos, ASV Funeser o la textil villenense Tex Athenea. Del sector ‘teleco’ destaca Aire Networks, que crece nada menos que un 26% hasta los 52 millones. **DAVID MARTÍNEZ**

RANKING DE EMPRESAS

NOMBRE	2019	2018	%VAR.
AUTOMÓVILES GOMIS	57.512.398	58.578.192	-2
MARCOS MOTOR	56.549.660	52.325.175	+8
TALLERES GINESTAR	56.229.163	57.956.849	-3
CONSTANTINO GUTIÉRREZ	55.365.457	48.833.325	+13
ITC PACKAGING	54.305.470	53.457.796	+2
MTNG EUROPE EXPERIENCE	53.469.392	60.285.900	-11
SERRAMOVIL	53.127.583	55.923.772	-5
JUGUETTOS CENTRAL DE COMPRAS	52.910.815	52.910.815	0
MUNDICAR	52.390.194	48.222.129	9
AIRE NETWORKS	52.073.475	41.430.175	+26
SM RESINAS	49.723.952	45.441.438	+9
PLÁSTICOS VICENT	49.548.184	49.548.184	0
REVECURT	49.337.523	50.157.064	-2
VOLVO OCEAN RACE	49.287.259	49.287.259	0
VALGAUTO MOTOR	48.932.635	46.344.802	+6
JIMTEN	48.470.316	48.470.316	0
ASV FUNESER	48.453.113	48.669.633	0
TEX ATHENEA	48.331.168	53.701.298	-10
COLORBABY	47.543.944	45.435.858	+5
CASTILLO TRANS	47.164.129	43.170.547	+9



Expertos en
abogacía de
los negocios

RANKING DE EMPRESAS



NOMBRE	2019	2018	%VAR.
PAPELERA DE LA ALQUERÍA	46.603.000	48.733.000	-4
FLEJES INDUSTRIALES	46.574.692	46.574.692	0
ENVASES DURÁ	46.534.929	44.153.464	+5
MAÑÁN	45.409.379	45.409.379	0
SALA HERMANOS	44.738.153	44.738.153	0
TEXTISOL	43.088.274	44.655.879	-4
CLARIOS PLASTICS SPAIN	42.231.175	44.097.725	-4
PERALES Y FERRER	41.679.455	41.679.455	0
EXPLOTACIÓN INTERNACIONAL DE TRANSPORTES	40.557.577	40.549.467	0
REPUESTOS SERCA	40.303.306	40.303.306	0
POMPADOUR IBÉRICA	39.705.329	40.475.384	-2
COOP AGRÍCOLA CALLOSA D'EN SARRIA	39.328.370	39.316.575	0
VITHAS ALICANTE	38.736.000	39.814.000	-3
CLÍNICA VISTAHERMOSA	38.714.406	38.963.741	-1
INGENIERÍA DE COMPUESTOS	38.292.635	38.292.635	0
HISPAMOVIL	38.135.482	37.160.511	+3
CÁNDIDO MIRO	37.210.959	37.210.959	0
TORREVIÑAS	35.988.828	76.708.577	-53
VIUDA DE RAFAEL ESTEVAN GIMÉNEZ	35.811.273	35.811.273	0
MÓVIL BEGAR LEVANTE	35.440.993	32.604.412	+9

La última de las cien empresas líderes supera los 35 millones

El último tramo vuelve a mostrar diversificación; del agroalimentario a sanidad, pasando por transporte

■ En el último tramo del ranking, la empresa que menos facturó de entre las cien primeras de la provincia en 2019 fue otro representante del sector de los concesionarios, Móvil Begar Levante, que en esta ocasión rebasa los 35 millones de euros, por encima de los 32 que facturó el año anterior. Pero en este tramo, además de industria tradicional como Viuda (de Rafael Estevan Giménez), promoción inmobiliaria como Torreviñas (del grupo TM Inmobiliario) o alimentos como los de Cándido Miró (Aceitunas El Serpis) y las infusiones de Pompadour, destaca la presencia de empresas del sector del transporte y también de la sanidad privada.

De esta forma, Castillo Trans se sitúa en la posición 81, con 47 millones de euros, Papelera de la Alquería alcanza los 46,6 millones, Flejes Industriales, Envases Durá o Mañan SCL oscilan entre esa cifra y los 45,4 millones. La cooperativa agrícola de Callosa d'en Sarrià y sus nísperos se cuela también entre las cien primeras de la provincia, y la sanidad privada cuenta con dos representantes de excepción: Vithas Alicante, con 38,7 millones de euros de negocio en 2019, y Clínica Vistahermosa Grupo HLA, prácticamente con la misma facturación. **DAVID MARTÍNEZ**

Paseo Explamada de España
1-3º derecha 03002 ALICANTE
96 529 61 80
www.devesaycalvo.es

de
Devesa & Calvo
ABOGADOS

Lo peor que puede pasar es que en marzo llegue una vacuna eficaz y segura, arranque el lado ascendente de la V, que arrancará, y nos olvidemos de todo hasta la próxima. Que, como sucede con los ciclos económicos, volverá a llegar, y nos volverá a coger sin los deberes hechos

Ni antes tan bien ni ahora tan mal

La pandemia del coronavirus ha supuesto un duro golpe para la economía y las empresas de la provincia de Alicante. En eso estamos todos de acuerdo, y el anuario que tienen entre sus manos da buena muestra de ello a lo largo de sus más de cuarenta páginas. Pero como suele decirse, no debemos permitir que el árbol tape el bosque: ni antes de la pandemia estábamos tan bien ni ahora en plena crisis sanitaria está todo tan mal. Dicho de otro modo, echarle la culpa a la covid no puede ser la excusa para no repensar Alicante y su economía, que hace años ya que va haciendo falta.

Lo peor que puede pasar es que en marzo llegue una vacuna eficaz y segura, arranque el lado ascendente de la V, que arrancará, y nos olvidemos de todo hasta la próxima. Que, como sucede con los ciclos económicos, volverá a llegar, y nos volverá a coger sin los deberes hechos. Echar la culpa a la pandemia es cómodo porque nos evita admitir que muchas empresas han sucumbido con la pandemia —pero no por ella— porque antes ya tenían problemas. Que muchos sectores venían postergando la necesaria reinversión y que, o la han hecho por obligación sobre el pitido final, o se han caído con todo el equipo.

Sectores industriales como el textil o el plástico han sabido adaptarse para fabricar material sanitario, y eso ha permitido que algunas empresas sorteen el golpe. Pero la necesidad que están cubriendo ahora desaparecerá, si todo va bien, en unos meses. Y volverán a vérsenos las costuras. El turismo, la hostelería y el comercio físico protagonizarán el lado ascendente de la V, y volverán donde solían, sin necesidad de hacer mucho más porque Alicante se vende sola. Pero sería buena idea que aprendiéramos algo de todo esto, y comencemos a trabajar ya —algunos ya lo están haciendo— en un reposicionamiento que venda algo más que la materia prima que nos ha sido dada.

La pandemia también nos ha señalado cuáles son los sectores y empresas pujantes, para los que el virus no ha supuesto impacto alguno o, mejor aún, les ha beneficiado. Por ejemplo, todos los relacionados con el teletrabajo y los espacios flexibles. En las últimas semanas, importantes empresarios alicantinos han anunciado proyectos ambiciosos en este sentido, que ponen a la provincia en el punto de mira de las grandes empresas internacionales. Huelga decir que la economía digital, que habíamos empezado a potenciar antes de la pandemia —otro debate es si lo estamos haciendo de la forma correcta—, debe tirar ahora del carro de la provincia. Y la buena noticia es que, más allá de que los políticos se den codazos para pronunciar la palabra 'digital' y 'futura' en cuanto tienen ocasión, hay muchos y muy buenos emprendedores alicantinos construyendo ese sector sin un euro público de por medio.

Y de todo ese caldo de cultivo se beneficia también el *real estate*. Después de la 'selección natural' que llevó a cabo el *crack* en dos



David Martínez

 @dmartinezjorda

«Echar la culpa a la pandemia es cómodo porque nos evita admitir que muchas empresas han sucumbido con la pandemia (pero no por ella) porque antes ya tenían problemas»

tiempos de 2008 y 2011, el sector inmobiliario es uno de los que mejor está haciendo las cosas, con un salto de profesionalidad, calidad y tecnología —y moderación— que ha cristalizado en grandes promotoras y *proptech* entregando muy buenos productos. La tendencia, que ya se venía observando y que el virus ha acentuado, de huir de las ciudades masificadas tanto para vivir como para (tele)trabajar beneficia a las ciudades secundarias, y aquí es donde Alicante tiene que posicionarse como la mejor opción.

Antes de la covid-19 ya nos estábamos parando. La pandemia nos frenó del todo y ahora tenemos que arrancar otra vez. Aprovechemos para pensar en qué dirección. 🚀

El mañana de su empresa se construye hoy

Pensar lo que eres y lo que quieres ser suele ser el primer paso para adelantarse a la competencia en un mercado cambiante.

Por eso, en **MindDen** acompañamos a las **empresas a liderar el mañana** facilitando que su visión se haga realidad. Ayudamos a aprovechar las ventajas tecnológicas para dar ese salto y construimos juntos una relación de larga duración donde la confianza y la transparencia reza la base.

Digitalización, Machine learning, Big data, Internet of things, Automatización, User experience son ya realidades en la mayoría de sectores.

En MindDen es un camino que ya estamos recorriendo con muchas empresas.

*Hagamos juntos ese camino hacia el futuro,
empecemos a caminar desde hoy.*

RAFAEL BALLESTER (INECA)

El instituto sigue al detalle la evolución de todas las variables macro de la provincia desde que estalló la pandemia. Hablamos con su presidente de cómo acaba 2020 y qué esperar de 2021

«En el segundo trimestre tocamos el suelo; ahora están empezando a llegar buenas noticias»



El Instituto de Estudios Económicos de Alicante (Ineca) tiene tomado el pulso a la evolución de la economía de la provincia, no solo a través de sus informes de coyuntura trimestrales, sino también con abundantes monográficos y estudios específicos que van dibujando la evolución socioeconómica de Alicante. Su presidente, Rafael Ballester, analiza en esta entrevista los últimos datos conocidos y aventura una mejora a partir de la próxima primavera si se cumplen los anuncios de vacuna.

— **¿Podemos medir el retroceso que ha supuesto para la economía de Alicante la pandemia? ¿Cuántos peldaños bajamos?**

— En el último informe que presentamos, en la jornada con el Colegio de Médicos, decíamos que el indicador Ineca, que como sabe es un resumen de las principales variables ana-

lizadas, mostraba una vuelta atrás de cinco años. Es decir, estamos otra vez en 2015, tanto en paro, actividad, productividad... Y fíjese que en mayo, en el informe de coyuntura, decíamos que habíamos vuelto a 2017. Es decir, retrocedimos dos años en solo dos meses. También es verdad que la mayoría de variables que podemos analizar ahora se refieren al segundo trimestre, que fue el peor, salvo en el caso del paro, que estamos trabajando con el dato de septiembre. Es decir, son los datos del peor momento, con lo cual consideramos que reflejan el suelo.

— **A partir de ese suelo, ¿se percibe que hemos comenzado a remontar?**

— Hay datos positivos, por ejemplo, la afiliación se sigue manteniendo. Por contra tenemos 180.000 parados, un número altísimo. Pero es verdad que se nota que el empleo

empieza a subir. Sobre todo se animó en junio y julio, cuando se recuperó cierta movilidad, y parecía que íbamos a remontar. No obstante, si comparamos nuestro indicador con los del Banco de España, en la Unión Europea, a nivel general se ve una tendencia constante hacia arriba, y aquí en septiembre ha habido otro parón cuando hemos dado marcha atrás en la pandemia. En agosto había optimismo, y ahora volvemos a los problemas.

— **Es decir, que vamos hacia una W, más que a una V. El turismo y la hostelería, el 15% de nuestro PIB, son los que más han sufrido. ¿Son también los que más rápido se recuperarán cuando haya una vacuna?**

— Ese 15% del PIB depende fundamentalmente de la movilidad internacional, y de nuestro gran proveedor de clientes que es el aeropuerto de Alicante-Elche. Cabe recordar



que en 2019 tuvimos un récord histórico de pasajeros con casi quince millones, y cada vez más conexiones. Son esos millones de pasajeros internacionales los que garantizaban las pernoctaciones no solo hoteleras, sino también en apartamentos y otros alojamientos. Y eso lo hemos perdido este año, en el que solo ha llegado turismo nacional que se desplazaba en coche. Hasta que no se solucionen el elemento coyuntural, y se recupere la confianza en el destino y en el transporte, no veremos la recuperación. La buena noticia es que es un mercado muy elástico, porque ha sido publicarse las primeras noticias sobre vacunas y dispararse las búsquedas de vuelos. Eso demuestra que esta crisis es muy coyuntural, no de mercado, y que el turismo volverá a su sitio. — **Además del turismo, y según los datos que manejan, ¿cuáles son los sectores**

que se han visto más afectados y cuáles han resistido mejor?

— Pues efectivamente, los más afectados han sido el turismo, la hostelería y el comercio, pero también aquellos sectores que son proveedores de bienes y servicios de los anteriores. Parte del textil y del agroalimentario trabajan para esos establecimientos que están cerrados o con restricciones y pocos clientes. Pero gracias a la fortaleza de la agricultura, se ha mantenido el pulso y se ha suplido esa demanda aumentando las exportaciones. De hecho, la situación de las exportaciones refleja a la perfección quién está mejor y peor. Hasta septiembre hemos perdido un 7% de exportaciones respecto al año pasado, la mitad de caída que en España. Es decir, que hemos defendido la plaza, para la que está cayendo. Ha habido un desplome del calzado y el cuero, y la piedra también ha caído, pero en cambio la agricultura, los productos de alimentación en general y el automóvil han facturado más que el año pasado en estas fechas. Eso demuestra la resiliencia de esos sectores. Estamos vendiendo calidad y mantenemos el pabellón. Por otro lado, aún es pronto para ver los resultados de la apuesta que muchos negocios han hecho por el canal *online*. Pero es verdad que con la pandemia esa apuesta se ha acelerado.

— ¿Qué podemos esperar de 2021?

— Tuvimos hace poco un debate en el comité de Ineca y creo que tenemos que analizar 2020 y 2021 como si fueran un año de 24 meses, porque los datos que tenemos ahora no sirven para proyectar el año que viene. Es una crisis coyuntural muy dura que no tiene que ver con el mercado, con lo cual no se pueden obtener conclusiones. Esa conclusión la podremos sacar a finales de 2021 para prever lo que puede suceder en 2022, si para el año que viene hemos dado con la solución al problema sanitario, que es lo que lo condiciona todo. Pero en cualquier caso, creemos que el año que viene habrá recuperación, aunque el contexto alicantino en España ha salido peor parado que otros. Porque partíamos de una situación débil, sobre todo por el nivel de deuda pública. La capacidad de gestión de la crisis se ha visto muy condicionada, y se ha puesto de manifiesto una crisis de gobernanza.

— **Antes de que estallase la pandemia, sus informes trimestrales ya apuntaban a que la economía de Alicante se frenaba. ¿Podría ser esta crisis el momento idóneo para poner en marcha el cambio de modelo pendiente y tomar impulso? Digitalizarnos, elevar**

«Las exportaciones reflejan quién está mejor y peor. Hasta septiembre, perdemos un 7% respecto a 2019, la mitad de caída que en España. Hemos defendido la plaza, para la que está cayendo»

el nivel de la oferta turística, recuperar industria de valor añadido...

— En la situación anterior, Ineca siempre fue conservador y advertíamos que no podíamos decir aún que hubiéramos salido de la crisis de 2008. Era, y es, necesario apostar por una mayor calidad en los sectores estratégicos, como el turismo, estar atentos a la transición energética y a la problemática pirámide poblacional que se nos está quedando. Y eso también son oportunidades de negocio. Pero es que arrastramos el problema de que la Administración ha entrado en esta crisis con un nivel de deuda brutal. En 2008 la Generalitat tenía trece mil millones de euros de deuda, casi un presupuesto anual de entonces, y ahora es de cincuenta mil millones de euros, con un presupuesto que es la mitad. Estamos pagando seis mil millones al año de deuda; es la tercera partida de los Presupuestos de la Generalitat. Por eso resolver el problema de la financiación autonómica es clave. Por suerte, el sector privado sí ha hecho los deberes, y entre 2017 y 2018 dejó atrás lo peor, para poder afrontar nuevas medidas. Por otro lado, es importante mantener la estrategia de convertir Alicante en un *hub* digital, que se está consolidando con el puerto, el Distrito Digital, Alicante Futura y muchas iniciativas privadas. Nos estamos posicionando muy bien en ese sector porque, por una vez, nos hemos creído que somos competitivos. Y el cambio en la demanda inmobiliaria puede ser un estímulo.

— La demanda postcovid: pisos más grandes o con zonas ajardinadas lejos de los centros masificados de las ciudades.

— Ahí somos competitivos. Si puedo trabajar desde Alicante, con buen clima, una casa cerca de la playa o en el monte si elijo el interior, bien conectado con las principales capitales y con un coste de vida menor... mejor que vivir en un centro urbano masificado en un piso pequeño. Más, después del confinamiento. De hecho, esta competitividad de Alicante queda de manifiesto en que estamos viendo buenas noticias para el sector, con empresas extranjeras importantes esperando a que finalicen inversiones en instalaciones para poder ocuparlas. Hay demanda y gente esperando. Algo está cambiando. 📍 **DAVID MARTÍNEZ**

Para que un líder sea más flexible e innovador debemos recordar que en una crisis puede haber una oportunidad de mejora y, para ello, debemos explorar las tendencias que han surgido y reconocer que no hay mejor espacio para la creatividad que la necesidad del cambio

El directivo, un factor clave en la pandemia y la recuperación

Teníamos grandes planes. La economía estaba despegando y, en las organizaciones, los proyectos fluían y los equipos rezumaban ilusión. Pero, de repente, la pandemia arrasó con todo lo previsto, sumiéndonos en un limbo de incertidumbre donde, sin embargo, quedarse parados no hacía sino empeorarlo todo.

En esta situación nueva para todos, sin precedentes, lo que ha quedado patente es el papel del directivo como líder moderno y tractor. Es por eso que la pandemia ha desatado un gran desafío para los directivos: el arte de saber liderar.

Y es que, el papel de un líder en tiempos de crisis es crucial para guiar a las organizaciones, incluso de fortalecerlas todavía más. Hemos de ser capaces de arraigar nuestras empresas durante la crisis. Una crisis que debemos entender como un salto a nuevas oportunidades, nuevos horizontes que explorar. Así que es responsabilidad de los directivos el anticiparse.

El directivo actual debe trabajar desde varias premisas y, para ello, no todo es innato, ni basta la inspiración, sino que la preparación es altamente importante.

En este caso, creo que podríamos hablar de un directivo que es más humano, más flexible e innovador. Un directivo que debe ser capaz de motivar, tomar decisiones a corto plazo y, a su vez, tener un pensamiento estratégico como hoja de ruta.

Además, este nuevo líder debe estar dispuesto a salir de la sonada zona de confort —de donde, queramos o no, la pandemia nos ha expulsado sin previo aviso— para así anticiparse, pues la proactividad marcará la diferencia entre permanecer o no.

Y, ¿cómo se consigue ser un directivo líder, humano, flexible e innovador? En primer lugar, creo que, para que un líder sea más humano, primero hay que empa-



«Nada de todo esto es posible sin creer en las personas, porque el ser humano necesita confianza para avanzar en la vida y, también, en el trabajo»

tizar con cada persona y su situación particular, con cada grupo con el que nos relacionamos, pues los clientes y proveedores también necesitan gestos de voluntad y compromiso para construir un futuro, para lograr la reconstrucción.


Por otro lado, hay que escuchar a los equipos y al entorno. Hay que estar atentos a todo lo que ocurre, seleccionando muy bien las fuentes y desarrollando un sistema de escucha activa.

Además, es importante comunicar en todas las direcciones, ya que es vital extender la motivación a todo el equipo, sabiendo gestionar los miedos y las debilidades para, juntos, salir más reforzados.

Y, por último, nada de todo esto es posible sin creer en las personas, porque el ser humano necesita confianza para avanzar, en la vida y, también, en el trabajo.

Para que un líder sea más flexible e innovador debemos recordar que en una crisis puede haber una oportunidad de mejora y, para ello, debemos explorar las tendencias que han surgido y reconocer que no hay mejor espacio para la creatividad que la necesidad del cambio.

En este sentido, hay que buscar *partners*, herramientas y estrategias que nos ayuden a que nuestra organización pueda salir reforzada. En definitiva, este nuevo escenario requiere soluciones, acciones e ideas diferentes, por lo que hay que aventurarse, probar cosas nuevas, atrevernos y arriesgar, sin perder la mirada en el propósito y en nuestros valores, pues esa es la luz que nos permitirá seguir el rumbo en la difícil travesía que nos ha tocado vivir.

¿Cuál podría ser la receta del directivo que se necesita? Tal vez algo tan sencillo y difícil como ejecutar con cabeza y actuar con el corazón.  **EVA TOLEDO. PRESIDENTA DEL CÍRCULO-DIRECTIVOS DE ALICANTE**

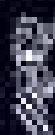


INESCOP

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO

Supporting the future
of footwear.

1987-2017



GENERALITAT
VALENCIANA

IVACE

FRANCISCO MENARGUES

El decano del Colegio de Economistas de Alicante hace balance de la crisis y valora las perspectivas para el corto plazo con relativa positividad

«El efecto de la vacuna en la economía será radical»

El efecto de la crisis que ha provocado la pandemia ha sido mayúsculo. Sin embargo, la recuperación empieza a intuirse, según explica Francisco Menargues, decano del Colegio de Economistas.

— **¿Cómo ven la situación general de las empresas de la provincia tras la crisis provocada por el coronavirus?**

— Los efectos de esta crisis sobre las empresas y las principales variables económicas y sociales han sido graves. Más que en 2008. Se ha paralizado la creación de empresas, se han incrementado los cierres y se han reducido los trabajadores. El Consejo General de Colegios de Economistas estima que, de media en España, el 36,5% de las empresas se ha acogido a un ERTE, que ha afectado al 72,7% de la plantilla.

Alicante no ha sido una excepción. Esta crisis afecta fundamentalmente al sector servicios y aquí aporta el 76% del valor añadido bruto, dos puntos más que la media en España. Las micropymes y autónomos sin asalariados son los únicos cuyo número se ha mantenido más o menos constante, y no porque la crisis no les haya afectado, sino por sus menores costes estructurales y su flexibilidad. Por tanto, podemos decir que el impacto de la crisis ha sido especialmente importante en nuestra provincia.

— **¿Cuáles son los principales problemas que se están encontrando? Tesorería, financiación, etcétera.**

— El principal problema es la reducción de la demanda y, por tanto, de la actividad. Estimamos que el 88,3% de las empresas ha visto reducidas sus ventas, de media, en un -43,4% respecto al año anterior. Las expectativas de reducción mejoran para este segundo semestre del año, pero siguen siendo desfavorables.

El mayor impacto en la caída de las ventas se ha producido en las microempresas y en las empresas acogidas a un ERTE.



También ha sido muy importante el impacto sobre la liquidez de las compañías. Se estima que el empeoramiento de esta variable ha afectado al 86,5% de las empresas, especialmente por la reducción de ingresos y el incremento de la morosidad de los clientes, afectando sobre todo a las familiares y a las de más reciente creación. Para paliarlo, han sido fundamentales los préstamos ICO, pero las microempresas y autónomos siguen teniendo problemas de financiación.

— **¿Qué sectores son los más afectados?**

— La crisis no ha afectado igual a todos los sectores ni empresas. En Alicante, la industria se ha visto afectada reduciéndose su actividad y nivel de pedidos, excepto en alimentación, cuya actividad incluso aumenta en relación con el año anterior gracias a las exportaciones. Aun así, el sector industrial había perdido, a junio de este año, en torno al 12% del empleo que tenía en 2019.

El comercio de proximidad se redujo en beneficio de las ventas *online*, con una

disminución de ventas en textil y calzado, aumentando en el equipamiento del hogar.

— **¿Qué previsiones hay para 2021? Sobre todo, si hay vacuna, como parece.**

— La llegada de la vacuna no solo supondrá el principio del fin de esta crisis, sino que influirá en todas las actividades, las que están paradas y las que no. En economía también juega un gran papel la psicología y es muy importante, más allá de los cambios a corto plazo, que la sociedad tenga cuanto antes la sensación de que esto se va a acabar pronto.

El efecto más visible sobre la economía será la eliminación progresiva de las restricciones. No obstante, antes de eso, la economía empezará a notar los efectos de la vacunación. El tercer trimestre de 2020 fue bueno, dentro de lo que cabe, porque se relajaron las restricciones. Se registró un crecimiento del PIB del 16,7% entre julio y septiembre, el mayor avance trimestral en la serie histórica del Instituto Nacional de Estadística (INE) desde 1970. Así, el repunte en el primer trimestre de 2021 podría ser muy importante. El primer efecto sería radical, pero la recuperación para volver a niveles precovid será muy lenta.

— **¿Cómo evolucionarán los concursos de acreedores y los concursos exprés?**

— Hasta el 14 marzo de 2021, el deudor en estado de insolvencia no tendrá el deber de solicitar el concurso. Esto ha hecho que, de enero a octubre de 2020, se hayan presentado un 6,5% menos de solicitudes que en 2019. No obstante, los estudios recogen que, entre marzo y agosto, el 80% de las compañías en concurso era de los sectores más afectados por la pandemia. También se observa que, desde junio, se ha incrementado la solicitud de concursos respecto al mismo periodo del año anterior. Esto indica que muchas se verán abocadas a no tener más remedio que acudir al concurso de acreedores, esperándose para el próximo año un incremento importante.

En la modalidad de 'concurso exprés', cuando el deudor no tiene ni tan siquiera bienes suficientes para hacer frente al pago de los créditos que se generen, el juez acuerda su conclusión al mismo tiempo que se declara el concurso, para no generar más deudas cuyo pago no va a poder ser atendido. En este escenario en el que muchas pymes y empresarios se van a ver abocados a solicitar el concurso de acreedores, es previsible que muchos de ellos se encuentren en una situación patrimonial tan deteriorada que van a carecer de bienes suficientes para satisfacer los créditos que nazcan con la apertura del concurso. Por ello, es muy posible que muchos de los concursos que se soliciten se acaben tramitando por esta vía. **DANIEL TEROL**



Con los profesionales



Juntos,
reconstruyendo
el futuro



economistas
Colegio de Alicante



JUAN BAUTISTA RIERA

El presidente de la Cámara de Comercio de Alicante se muestra optimista sobre la capacidad de recuperación de la economía alicantina

«Estamos ante un cambio de era y Alicante tiene un porvenir enorme en el campo de la tecnología»

El presidente de la Cámara de Comercio de Alicante, Juan Bautista Riera, se muestra optimista sobre la capacidad de recuperación de la economía alicantina a partir del primer trimestre de 2021, cuando, si todo va bien, habrá una vacuna que permitirá reactivar los sectores más dañados por el coronavirus: turismo, hostelería y comercio. No obstante, el dirigente cameral advierte, con una reflexión personal, de que en un lustro aquellas empresas que no se hayan adaptado a los nuevos tiempos lo pasarán mal, porque «la pandemia nos ha cambiado para siempre como sociedad».

— **¿Cómo ve al tejido empresarial de la provincia en esta recta final de 2020?**

— Pues con mucha esperanza de que en 2021 llegue la vacuna, que es una puerta abierta. Pero hay que tener en cuenta dos cuestiones: la incidencia de la vacuna, por un lado, y las ayudas que llegarán de Europa, por otro, y que juntas suponen un hilo de esperanza. Esperamos que la economía alicantina empiece a recuperarse progresivamente a partir del primer trimestre. Cabe recordar que el PIB ha caído de forma importante en la provincia por el confinamiento, por eso es muy importante esta esperanza que se abre de ir remontando poco a poco. Los servicios, como el turismo, han sido los más afectados por las restricciones a la movilidad, y son una de nuestras fortalezas. Dentro del pa-

«Tenemos que ir hacia los mercados asiáticos, porque Latinoamérica está mal por esta crisis. En EEUU, con Biden, se abre la esperanza de recuperar mercado»

norama nacional, Alicante es la provincia más afectada por la pandemia junto a Canarias y Baleares.

— **Por sectores, ¿cuáles lo han pasado peor y cuáles han resistido mejor?**

— Claramente, el sector agroalimentario es el que menos ha sufrido. En cuanto a la industria, depende, porque las exportaciones se han visto afectadas al caer el consumo en los países de destino. Esto ha sido una pandemia global, con lo cual el consumo se ha visto afectado en todas partes. Pero es verdad que, aunque lo ha acusado, el sector industrial es de los que menos ha sufrido con la pandemia. En cambio, el comercio se ha visto tremendamente afectado, por el empobrecimiento de los consumidores cuyas empresas han cerrado de forma temporal o definitiva, y por las restricciones a la movilidad. La hostelería está sufriendo aún, no solo por las restricciones horarias y de espacio, cada vez mayores, sino por el propio miedo de la

gente a estar en sitios con mucha gente.

— **La Cámara es el mejor termómetro de las exportaciones. ¿Cómo se han visto afectadas las ventas de las empresas de la provincia al exterior?**

— En realidad, excepto los productos hortofrutícolas, han caído las exportaciones de casi todos los sectores. Han caído muchísimo las exportaciones de calzado, pero también se han hundido las del mármol. En cuanto al juguete, no ha sido tan negativo como cabía esperar, quizá por el factor del confinamiento de los niños. Luego, aparte de la agricultura, han ido bien las ventas de los productos relacionados con la alimentación. Y quitando esos dos que han ido bien, y calzado y mármol que se han hundido, el resto de sectores se ha comportado de forma más o menos en línea con el dato global. Es decir, han caído las ventas pero no de forma tan exagerada.

— **¿Y por destinos? ¿Hemos retrocedido en alguno de nuestros mercados clásicos, hemos crecido en alguno nuevo...?**

— En Europa sí que se ha notado mucho el retroceso de ventas. En Estados Unidos también, pero ya sabíamos lo que iba a pasar con las medidas proteccionistas de Trump, que en nuestro caso han afectado sobre todo al aceite y el vino, y algún producto más. No hay ningún país nuevo en el que se haya producido un avance sustancial, pero con vistas al futuro yo creo que tenemos que ir hacia los mercados asiáticos, porque Latinoamérica está muy mal, muy empobrecida por esta crisis. En Estados Unidos, con Biden, se abre también una ligera esperanza de recuperar mercado, si cambia la política de aranceles.

— **¿Una previsión sobre cómo evolucionaremos en 2021?**

— Dependerá del calendario de aplicación de la vacuna, paulatinamente. Esto es una cuestión más de confianza que de otra cosa. Pero hay que recuperar la confianza financiera y la económica, que son distintas. Desde que se ha anunciado la vacuna, los inversores financieros están apostando ya por la recuperación, pero la economía recupera la confianza más lentamente. Esto va a ir poco a poco, pero para el próximo verano yo espero ya una afluencia importante de turistas, porque la gente está deseando viajar. El que puede. El nivel de los consumidores se ha visto afectado, pero en verano creo que podrán más las ganas de sentir que hemos vuelto a la normalidad. Eso permitirá




«Esta crisis se podría haber gestionado bastante mejor. Hemos estado al albur de las circunstancias, haciendo cada uno la guerra por su cuenta, sobre todo al principio»

empezar a recuperar los puestos de trabajo perdidos en el sector, de forma que a lo largo del año que viene espero que volvamos a niveles normales, y en 2022 hayamos recuperado la hoja de ruta que teníamos antes de la pandemia.

— **¿Y hacia dónde debería mirar Alicante en esta fase de recuperación, para preparar el futuro?**

— Mi opinión personal es que estamos iniciando una nueva era. El cambio en la vida que ha supuesto este año largo de incidencia del virus ha hecho que se imponga la digitalización de la vida, de las empresas, del trabajo... Estamos ante un cambio de era a cinco años vista, a todos los niveles, y tenemos que adaptarnos o lo pasaremos mal. Y ojo, porque la digitalización tiene en Alicante un porvenir tremendo; la provincia puede consolidarse como destino de las nuevas tecnologías, y desde luego la Cámara de Comercio lo va a promover, en encuentros, misiones internacionales... Tenemos la suerte de contar con el Distrito Digital, que se está consolidando, y muchas iniciativas privadas en esta línea, como Panoramis, o la semilla que plantó en su día AlicanTec, que es importantísima. Tenemos la climatología, la forma de vida, el ambiente idóneo para atraer empresas internacionales de este sector; podemos posicionarnos muy bien para atraer grandes firmas dedicadas a la tecnología.

— **Por último, usted ha sido en varias ocasiones bastante crítico con la gestión política de la crisis. ¿Ha mejorado su opinión sobre el papel de la Administración?**

— A ver. Está claro que esto ha sido un problema sobrevenido muy complicado de gestionar, para el que nadie estaba preparado. Pero, aun así, creo que se podría haber gestionado bastante mejor. Hemos estado al albur de las circunstancias, haciendo cada uno la guerra por su cuenta, sobre todo al principio. Las autonomías han intentado hacer su parte, pero he echado de menos una dirección nacional que hubiese puesto orden. Ha faltado coordinación.  **DAVID MARTÍNEZ**

La empresa familiar ha tenido que hacer gala de su capacidad de resiliencia, aportando todos sus recursos en reserva, así como adaptando sus estructuras y liquidez, desde que estalló la pandemia, para sortear todas las complejas condiciones de la coyuntura económica que ha impuesto esta crisis

Una situación inimaginable

Este 2020 hemos tenido que enfrentarnos a una situación inimaginable; una situación que nunca habíamos vivido antes y muy lejana a nuestro pensamiento de la realidad. Durante estos últimos meses, hemos tenido que hacer frente a un trágico escenario marcado por la terrible pérdida de decenas de miles de personas, unas pérdidas ya de por sí dolorosas que se suman al grave contexto que el coronavirus ha trazado en nuestra economía, asestando-le un duro y contundente golpe.

La empresa familiar de nuestra provincia ha tenido que adaptarse a las circunstancias con celeridad y eficiencia para mantener su actividad, y poder seguir haciendo lo que mejor sabe: crear riqueza en su territorio y, en estos difíciles momentos, mantener el máximo número de empleos, consolidándose así como ese bien social que siempre ha sido para todos los habitantes de esta provincia.

Hablar de la economía alicantina es hablar de la empresa familiar. No hay una sin otra, y es que representa en nuestra provincia más del 90% de su tejido empresarial. La empresa familiar ha demostrado su compromiso una vez más con la sociedad alicantina, dando una respuesta solidaria a las necesidades que tenía en cada momento, ya fuera transformando su producción para fabricar materiales sanitarios como mascarillas o EPI, o bien ayudando a los colectivos más necesitados a través de numerosas iniciativas de carácter solidario.

Hemos tenido que hacer gala de nuestra máxima capacidad de resiliencia, aportando todos nuestros recursos en reserva, adaptando nuestras estructuras y nuestra liquidez desde que estalló la pandemia, para sortear las complejas condiciones de la coyuntura económica que ha impuesto esta crisis. Una crisis cargada de incertidumbre, porque su fecha de resolución depende, y mucho, de la evolución que siga la pandemia.

Las últimas noticias positivas respecto a las vacunas abren un prudente rayo de esperanza. En todo caso, es nuestra obligación mantener el ánimo alto, reinventarnos a ca-



La junta directiva de la asociación durante la última asamblea. PLAZA

da instante para sobrevivir, pues nuestra labor prioritaria es mantener el tejido productivo lo más intacto posible para paliar las necesidades sociales que se van a producir y preparar la recuperación.

Compatibilizar el binomio salud-economía es posible, pero hay que saber cómo alcanzar ese equilibrio para no errar en la estrategia, no volviendo a cometer los mismos errores que se han estado sucediendo a lo largo de la pandemia. Para ello resulta crucial, imprescindible, que nuestros gobernantes atiendan y escuchen a los agentes sociales. Desde el consenso, y no desde los intereses partidistas, es desde donde se deben dirigir las medidas políticas. Y debemos aprovechar la extraordinaria e imprescindible oportunidad que suponen los fondos europeos Next Generation como una palanca de cambio que nos permita iniciar la recuperación de la economía nacional lo más pronto posible. Es el momento para corregir problemas estructurales de nuestro tejido económico y de nuestra ineficiente Administración.

El coronavirus ha destapado algunas de las carencias que este país arrastraba como la falta de digitalización en las empresas, pero igualmente ha servido para que estos procesos se aceleren y se incremente su implantación. El escenario que ha provocado esta crisis ha hecho que seamos más conscientes que nunca de la importancia que tiene la transformación digital, y no solo en el ámbito empresarial o administrativo, sino también en el educativo y social.

Lejos de adentrarnos en ese ambiente cargado de pesimismo que sobrevuela ante nosotros, debemos ser capaces de sobreponernos y mirar más allá, siendo conscientes de que esto pasará y que juntos conseguiremos superar la pandemia. Desde la responsabilidad y el compromiso de todos podremos avanzar, aunque no sin dificultades, hasta comenzar la recuperación económica que tanto ansiamos. Y desde AEFA seguiremos aportando nuestro grano de arena, desarrollando nuestra agenda de actividades en formato *online* y presencial, así como apoyando y asesorando a las empresas familiares para que continúen con su actividad. **MAITE ANTÓN**

HOME OFFICE

by **ACTIU**

actiu.com



AEPA debe y va a distinguirse por ser diferente, por tener ese punto de locura que hay detrás de cada idea nueva

Las profesionales y directivas de Alicante están preparadas



Marcela Fernández Losada, presidenta de AEPA. PLAZA

Hace justamente un año que tomé posesión de la nueva Junta Directiva de AEPA con el compromiso y la ilusión de liderar la organización en el inicio de una nueva década que se preveía llena de cambios, pero nadie nos avisó de que nos tendríamos que enfrentar al mayor reto como humanidad en tiempos de paz, tanto como personas como en nuestra condición de empresarias, directivas y profesionales.

Si miramos hacia aquella fecha, parece que ha pasado una eternidad. Hoy nada es igual; sin embargo, la capacidad de reacción y adaptación han sido claves para nuestra única opción posible: sobrevivir. Nos hemos dado cuenta de que no somos dueños

de nuestro destino, tal y como nos decían. Pero lo más importante es que nos hemos reinventado de golpe. Y en esta transformación, el papel de las mujeres cobra una gran importancia por nuestra mayor facilidad para abordar y asumir los cambios.

Recordar que no sobrevive el más fuerte, sino el que mejor se acomoda a los cambios. Y ello no hace más que reforzar nuestro papel en la transformación de la sociedad, la de antes, y de la que nace ahora, después de esta pandemia. Esta es una idea que ya veníamos poniendo en valor, desde la Asociación de Empresarias, Profesionales y Directivas de la Provincia de Alicante (AEPA), y que exigía

preparar y formar a las mujeres del sector empresarial para asumir con éxito esta tarea con herramientas novedosas que permitan abordar desde otras perspectivas los nuevos retos de nuestras empresas y sus procesos de gestión y producción.

Consecuencia de este pensamiento desde AEPA hemos reforzado las redes colaborativas, para que el talento, los conocimientos, y nuestros bienes y servicios sean compartidos para reanimarnos en y para la salida de esta crisis. Hemos y estamos realizando encuentros, con intervinientes de primer nivel que no solo nos enseñan a ver la realidad desde otro punto de vista, sino a detectar y promover nuevas oportunidades de negocio y de actuación.

Nuestra organización, con una trayectoria avalada por veinticinco años de trabajo en el fomento de la presencia de la mujer en el ámbito empresarial, ha superado con éxito el reto que ha supuesto mantener a nuestras asociadas informadas y formadas durante nuestro confinamiento y el periodo posterior, con una gran cantidad de cambios normativos que nos afectan de manera directa.

Hemos tenido que dejar proyectos en el camino y reorientamos toda nuestra actividad al impulso de las empresas asociadas, buscando líneas de actuación nuevas, porque las soluciones antiguas para los problemas de hoy ya no funcionan.

Pero algo tenemos muy claro; no podemos adquirir nuevas habilidades necesarias para la economía del siglo XXI, si todavía estamos usando herramientas y pensamientos del siglo XX. Por ello, AEPA desarrollará una línea de actuación prioritaria dirigida a la capacitación de habilidades digitales para nuestras asociadas. Un nuevo perfil de empresaria, directiva y profesional en nuestra provincia, como factor que potencie el talento femenino.

Nuestras líneas prioritarias en estos momentos y para 2021 será potenciar la digitalización de las empresas, aplicar la innovación a nuestra forma de actuación, y formar a las empresarias en la gestión de datos y en conceptos vinculados a la inteligencia artificial, avancen los conceptos de salud en el trabajo, de bienestar y equilibrio físico y emocional y su impacto en la productividad laboral.

AEPA debe y va a distinguirse por ser diferente, por tener ese punto de locura que hay detrás de cada idea nueva. La innovación es rupturismo, es valentía. Y valentía no nos falta a las mujeres. Y aquí lo dejamos. En este entorno tan cambiante e imprevisible, nuestra mejor carta de presentación es decir que estamos preparadas. 🌟

MARCELA FERNÁNDEZ. PRESIDENTA DE AEPA



SÁNCHEZ BUTRÓN

ABOGADOS

Expertos en proteger
lo más tuyo.

abogados@sanchezbutron.com
www.sanchezbutron.com



Desde 1995

Alicante

Plaza de los Lueros, 1117
Piso 9, Pta. 1
03004 Alicante
(0034) 965 12 35 84

Los Montesinos

(zona Torre Vieja)
Avenida del Mar, 1137
03187 Los Montesinos
(0034) 96 672 14 19

San Vicente del Raspeig

Alicante, 1118
Entresuelo 4
03690 San Vicente del Raspeig
(0034) 96 567 42 14

Madrid

Paseo de la Castellana, 141
Planta 19
28046 Madrid
(0034) 91 749 80 31


María Marín

SOCIA DIRECTORA DE AQUAMI

El año de cambios diarios

■ Sin duda, este será un año para recordar en todas las áreas de la vida. Como profesionales en el sector de los servicios de asesoramiento legal, tributario y estratégico, en Aquami hemos podido contemplar en primera fila situaciones que, tan solo unos meses antes, resultarían, cuando menos, poco previsibles.

La respuesta del tejido empresarial en la provincia durante el convulso año 2020 ha sido de una valentía admirable.

Hemos visto un movimiento incesante. Una lucha continua por adaptarse a los cambios diarios, por mantener viva, hasta el último aliento, la cuenta de resultados. Y ha sido una lucha prácticamente sin armas, o si preferimos decirlo así, con ayudas insuficientes y tardías. De hecho, muchas continúan sin llegar.

Huelga decir que ha sido un mal año para la rentabilidad, el crecimiento y el empleo, de eso no cabe duda. No obstante, también hay espacio para poner de manifiesto reflexiones con tinte positivo. Hemos podido observar cómo tantos y tantos empresarios alicantinos han encontrado oportunidades de cambio y reinención buscando su nicho de negocio dentro de la nueva realidad, y han encontrado el momento, si quieres a la fuerza, para adaptarse a la transformación digital, en nuestra opinión crucial para la supervivencia empresarial.

En el ámbito de la empresa familiar —tan importante en nuestra provincia—, nuestra experiencia nos indica que ha sido un periodo de reflexión importante en materia de reordenación y simplificación de estructuras societarias, preocupación por la protección del patrimonio empresarial y familiar, y cómo no, planificación para posibles impactos futuros con contención del gasto y, en el peor de los casos, planificación de insolvencias.

Asimismo, advertimos que incluso, quienes han podido han apostado por la inversión, a sabiendas de que antes o después llegará el retorno. En concreto, la provincia sigue siendo el lugar favorito de inversores extranjeros, y no hablamos de pensionistas, sino empresarios que deciden que Alicante es el destino para iniciar o ampliar sus proyectos empresariales.

En conclusión, si bien nadie puede obviar que el año 2020 ha supuesto un grave receso en desarrollo de la economía y de la actividad empresarial a nivel mundial, Alicante sigue contando con un altísimo potencial para el lanzamiento y expansión de proyectos empresariales.

Para nosotros ha sido todo un reto acompañar a nuestros clientes en toda esta vorágine de cambios coyunturales y normativos, remando en sintonía y tratando de transmitir confianza y tranquilidad al empresario.

Ahora queda un largo camino por recorrer, y por desgracia, con la finalización del plazo de los celeberrimos ERTE, las carencias, las (escasas) ayudas, etcétera, veremos reestructuraciones de plantilla, procedimientos concursales, concentración de empresas y, en definitiva, actuaciones que confiamos que deriven en un nuevo resurgir que, aunque costoso, sirva como inflexión para generar oportunidades de crecimiento empresarial y de creación de empleo.

Queda mucho trabajo por delante. 🌐


José Antonio Galán

SOCIO DIRECTOR DE GALÁN&ASOCIADOS

La transformación digital

■ El 2020 pasará a la historia como el año de la pandemia de la covid-19. El año en el que los sistemas han sido sometidos a prueba y se han revelado sus disfunciones. En definitiva, el año que ha transformado a las sociedades y nuestra forma de vivir. Como consecuencia de la crisis sanitaria, los gobiernos de cada país han ido adoptando una serie de medidas y decisiones en materia sanitaria, económica y social que, estoy seguro, marcarán el futuro más inmediato y tendrán efecto en el ámbito económico y social, así como en el reordenamiento mundial.

En el caso de España, creo que se han acordado unas políticas sanitarias y económicas que tienen un excesivo enfoque cortoplacista. Desde un punto de vista económico, lo que se ha hecho es anestesiar los problemas para que no se sufriera, pero no se han solucionado, solo se han aplazado. Las dos medidas más importantes que ha tomado el Gobierno en materia económica han sido los créditos ICO —que han dado liquidez a empresas y autónomos— y los ERTE —para evitar la destrucción de puestos de trabajo y capacidad productiva del tejido empresarial—, pero ninguna soluciona el problema de fondo ni prepara al país para la nueva realidad, sino que lo aplazan.

En este momento, lo que estamos haciendo es aguantar una situación que es, a mi entender, ficticia, y en el próximo 2021 puede aflorar la realidad. Con todo, es cierto que esta crisis no afecta a todos por igual. Hay sectores muy damnificados —como el turismo, la hostelería, la cultura, el transporte y la automoción—, pero otros no solo no sufren, sino que incluso crecen. En este grupo están los sectores agroalimentarios, sanitarios y tecnológicos, que se están posicionando con fuerza.

Pero en todo este proceso, hay una cosa que sí va a marcar la diferencia, y es la transición hacia la digitalización y el uso de las nuevas tecnologías, cuyo desarrollo se ha adelantado en cinco años. Nos ha llegado de golpe el teletrabajo, el mundo *online* y el comercio electrónico, y no como algo pasajero.

Hay empresas que lo vieron claro y estaban preparadas, así que están salvando esta crisis posicionándose de una forma muy fuerte. Otras no estaban preparadas, sino aletargadas, y llegarán tarde, con el riesgo de sufrir o desaparecer, porque no han sido capaces de adaptarse a estos cambios tan rápidos.

La clave está ahí, en la digitalización y la globalización. Ahí está el futuro. En 2021, las medidas adoptadas por el Gobierno, posiblemente, dejarán de proteger a las empresas y ello traerá consigo un mayor riesgo de desaparición e incremento del paro.

Según los datos conocidos, no será hasta mediados o finales del 2021 cuando la crisis sanitaria comience a remitir gracias a las vacunas. Durante este año, el Gobierno de España y el conjunto de las Administraciones Públicas deberían ofrecer soluciones reales a los problemas de fondo del tejido empresarial tal y como ha demostrado el impacto de esta crisis. Dicho de otro modo, en vez de poner tiritas a la economía, deberían plantear recetas definitivas que permitan a los empresarios abarcar esta profunda transformación digital que va a ser totalmente fundamental para la estabilidad y crecimiento económico. 🌐



David Devesa

SOCIO FUNDADOR-CEO DE DEVESA&CALVO

Humor negro

■ Citar los términos '2020' y 'previsiones' suena a humor negro. Aventurarnos a pronosticar qué pasará en el plano económico y empresarial en 2021 tampoco es tarea fácil. Sabemos, eso sí, que cerraremos este *annus horribilis* con una caída del PIB español cercana al 12,4%, según la Comisión Europea, y la tasa de paro rondará el 16,7%. De este descalabro, sin precedentes desde la Guerra Civil, pocos sectores se libran —telecomunicaciones y alimentario, fundamentalmente—, y tiene al sector turístico, la restauración, el comercio y el ocio como grandes damnificados.

Dicho esto, y con noticias sobre vacunas que son esperanzadoras —como también lo es el anuncio del Gobierno de España de comenzar a distribuir las entre la población en enero de 2021—, en el plano económico, lamentablemente, lo peor está por venir. La economía española no está vacunada, pero sí anestesiada con avales ICO, moratoria de estos y otras medidas de no menor impacto, como las prórrogas de los ya famosos ERTE o de la obligación de acudir a concurso voluntario de acreedores.

Con estas medidas —lógicas, por otra parte—, se ha tratado de dar margen a las compañías hasta que la situación se normalice. La contrapartida, no obstante, es que las empresas que hasta la fecha han presentado concurso de acreedores ante los Juzgados de lo Mercantil o anunciado despidos colectivos, son solo la punta del iceberg del auténtico aluvión que vendrá en 2021. Un aviso de lo que nos espera es la advertencia de la Autoridad Bancaria Europea pidiendo a las entidades de crédito más provisiones para evitar un 'efecto acantilado' cuando se agoten las medidas de apoyo a empresas y autónomos. Los bancos son conscientes de que en 2021 la morosidad se disparará; y aunque en público saquen pecho por la liquidez, lo cierto es que, puertas adentro, los departamentos de riesgo han endurecido los criterios de concesión de crédito, y lo harán más.

La tormenta perfecta de la covid-19 está poniendo a prueba los modelos de negocio de las compañías, así como la verdadera capacidad de sus cuadros directivos y asesores para tomar decisiones, pero lo seguirá haciendo en 2021. Es más, el Banco de España mantiene que la crisis se alargará hasta 2023.

Al menos la lectura positiva de esta durísima crisis —el que no se consuela es porque no quiere— es que será de menor duración que la sufrida desde el 2007. La actual Gran Reclusión, como la denominó el FMI, tiene un origen inusual y externo al propio modelo económico: una pandemia sanitaria que ha golpeado tanto oferta como demanda. Pero, cuando el virus sea vencido, ciencia mediante, el entorno económico volverá a un contexto asumible de manera progresiva. En el interin, se habrán destruido muchos puestos de trabajo y empresas; otras se están reinventando a marchas forzadas para no hacerlo.

La dureza de la pandemia ha acelerado procesos como la digitalización, el teletrabajo o la responsabilidad social. Antes 'ser digital', tener una 'misión y valores' definidos, un equipo unido y motivado o buenos asesores eran cosas deseables. En 2021, estas cualidades serán condición *sine qua non* para sobrevivir en un escenario dantesco que nos va a seguir poniendo a prueba. 🌐



Cayetano Sánchez Butrón

SOCIO DIRECTOR DE SÁNCHEZ BUTRÓN

Inteligencia y valentía

■ Estamos en un año que ha sido excepcional. Histórico. Nuestra generación ha sufrido una pandemia que, desde hace cien años, no se producía a nivel mundial. Me refiero a aquella mal llamada 'gripe española' que asoló el mundo allá por el año 1918. En términos económicos, nos ha tocado nuestro propio *crack* —solo comparable al del año 1929—. Los pronósticos nos llevan a un descalabro del PIB en el presente año por la covid-19.

Dando datos de la excepcional situación económica, Albert Guivernau, profesor de Economía de la Universitat Abat Oliba CEU, analiza el volumen de compra de deuda soberana por parte del Banco Central Europeo. Señala que, en junio, la compra de deuda española supuso un 21,5% del total de deuda comprada por el BCE en ese mes, cuando a España le correspondería por reparto un 11,9%. De ello se puede deducir que está actuando sobre la deuda española mucho más de lo que le correspondería. Es decir, que nuestra deuda pública está dopada por el BCE.

Por otro lado, y para ver el impacto a nivel mundial, Bill Gates (Microsoft), durante el lanzamiento de los datos anuales de Goalkeepers —estudia el progreso mundial en relación con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU—, indicó que se está produciendo un retroceso de veinticinco años en el desarrollo. Ni más ni menos. Entiendan que estamos a niveles del año 1995.

Dicho esto, el sector empresarial alicantino debe dejar el nefasto año 2020 atrás y pensar en el futuro inmediato. Hemos dispuesto de herramientas para 'soportar' la situación mediante la aplicación de los ERTE que bien conocemos. Igualmente, hemos podido hacer liquidez a través de los préstamos ICO avalados por el Gobierno y que, con recientes modificaciones, tratan de adaptarse a la situación actual. Pero, si nos quedásemos ahí, podría suponer dar una 'patada al balón' para encontrarnos con la desaparición de muchas empresas en el corto plazo, así que debemos generar planes de negocio que permitan superarlo.

Es previsible que, a partir del segundo trimestre de 2021, la pandemia nos dé un respiro. Quizá en medio haya una tercera ola, pero lo cierto es que las vacunas comenzarán a protegernos desde inicios de año y a lo largo de los siguientes meses. Esto ya está generando una actitud más positiva. Una confianza que eliminará, poco a poco, la incertidumbre de empresas y consumidores, a nivel nacional e internacional.

Cuando desaparece la incertidumbre, entra en juego la inversión y el consumo. Cuando esto sucede, la economía fluye. Si a esto añadimos un gasto público superior al habitual, la inyección económica que se producirá puede salvar muchas empresas... y por tanto muchos empleos. Es cierto que el endeudamiento —tanto público como privado— que se está generando tocará pagarlo en los próximos años, pero también es cierto que, con una economía en positivo, saldremos de esta. De hecho, se prevé un crecimiento del 8% del PIB en 2021.

Los empresarios alicantinos sabemos cómo salir de esta: con esfuerzo, inteligencia y cierta dosis de valentía. 🌐



Tras los peores meses, con movimientos abruptos en los mercados, se mantiene la cautela en las inversiones. EUROPA PRESS

Durante los meses críticos de la pandemia, el mercado se mostró volátil, pero también trajo consigo oportunidades de inversión que se han sabido aprovechar

Repercusión de la covid-19 en la banca privada

La pandemia ha sido un acontecimiento totalmente inesperado para todos. Dentro del drama que supone, para Diaphanum ha sido un revulsivo que transformará y mejorará la industria. La relación con los clientes se ha sofisticado gracias a la digitalización y los nuevos canales de comunicación, que permiten una relación muchísimo más fluida y cercana con ellos. Por otro lado, esta situación ha puesto en valor lo que realmente es importante: el talento y el modelo de negocio de la firma que asesora.

Defender modelos novedosos y rupturistas como el asesoramiento financiero independiente cobra ahora más sentido que los modelos conocidos hasta la fecha, basados únicamente en la relación física a través de reuniones, presentaciones y eventos, que a día de hoy son imposibles.

En el ámbito local, durante los meses de confinamiento se ha conseguido mantener un contacto recurrente con todos los clientes gracias a la tecnología.

A través de las distintas plataformas digitales y tecnológicas, se han mantenido las reuniones periódicas habituales para informar y hacer seguimiento de la situación de los mercados financieros con cada uno de los clientes. Aunque la mayoría de ellos ha mostrado un comportamiento muy maduro, es cierto que, en ocasiones, la sensibilidad de los asesores ha tenido que extremarse. Así, contar con tecnología punta y tener a la mayoría de los clientes en gestión y asesoramiento ha dado agilidad a la hora de tomar decisiones y rapidez en la ejecución, lo cual aporta tranquilidad al cliente.

Durante los meses más críticos de la

pandemia, el mercado se mostró muy volátil, pero también trajo consigo oportunidades de inversión que se han sabido aprovechar.

Tras los peores meses, con movimientos tan abruptos en los mercados, se mantiene la cautela en las inversiones. En Diaphanum, las carteras se caracterizan por su diversificación —tanto por tipología de activo como por zona geográfica—, por sus posiciones en renta variable defensivas y por un control de riesgo muy exhaustivo. De manera táctica, se apuesta también por alguna divisa diferente al euro.

A día de hoy, la inversión de los clientes se está instrumentalizando sobre todo a través de fondos de inversión que, además de proporcionar especialización y diversificación, permiten el diferimiento fiscal en su traspaso hasta el momento de la venta.

En la renta fija, tras comprar aprovechando que el mercado se rompió en los momentos álgidos de la pandemia, se siguen viendo oportunidades en los bonos corporativos de alto rendimiento y ya no tanto en los de grado de inversión.

En renta variable se continúa apostando por un mayor sesgo americano y países emergentes, con la India y China como protagonistas. En cuanto a sectores, destaca la exposición al sector tecnológico, farma/salud y al de consumo básico.

En la parte de inversiones alternativas se mantiene la posición estructural en oro y se apuesta por bonos catástrofe como forma de descorrelacionar parte de la cartera de la evolución de los mercados. **HECTOR**

GARCÍA QUINTANILLA. DIAPHANUM

Para el conjunto de la provincia una vivienda media está en 133.615 euros para una superficie de cien metros cuadrados, por lo que serían unos 1.336 euros por metro cuadrado, mientras que la media de la Comunitat Valenciana son 124.000 euros

El precio de la vivienda se mantiene

Es la principal conclusión del último observatorio inmobiliario de Euroval y su Instituto de Análisis Inmobiliario (INSTAI) para la provincia de Alicante.

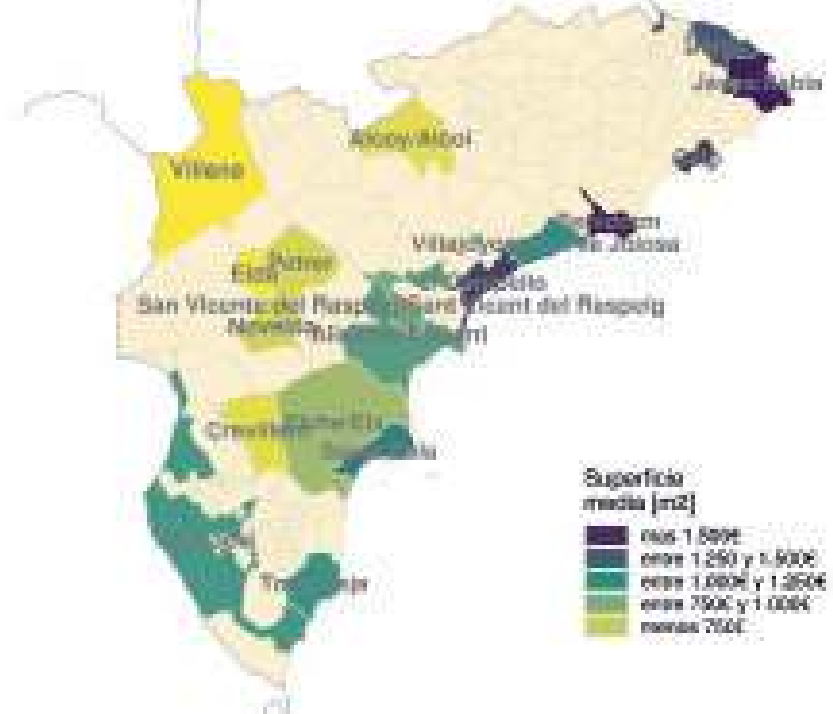
Los precios de la vivienda en la provincia muestran las diferencias conocidas entre localidades. Tomando municipios de más de 25.000 habitantes, los últimos datos disponibles y con una muestra suficientemente amplia, podemos hacer tres grupos. El primero, con precios entre 560 y 870 euros por metro cuadrado, de menos a más incluye a Elda, Villena, Alcoy, Crevillent, Petrel, Novelda y Elche. En un segundo grupo, que supera los mil euros por metro cuadrado y hasta algo más de 1.300, están San Vicente, Alicante, Orihuela, Torrevieja, Villajoyosa y Santa Pola. Y en el tercero, con precios superiores a 1.500 y hasta 1.900 euros por metro cuadrado, Denia, El Campello, Calpe, Jávea y Benidorm, donde se encuentran los precios más altos entre estos municipios.

En general, en nuestro mercado de vivienda hay una diferencia considerable entre vivienda usada y vivienda nueva; los precios medios anteriores contrastan con los de vivienda nueva, que son, por ejemplo, de 1.493 en Elche, 1.727 en Orihuela, 1.826 en Alicante, y 2.070 en Calpe. Estos precios hay que tomarlos con precaución ya que el mercado de vivienda nueva es muy reducido —apenas un 15% de media sobre el total—, con precios relativamente altos, sin tendencia a la baja.

Tomando datos absolutos podemos decir que para el conjunto de la provincia una vivienda media está en 133.615 euros —para una superficie de cien metros cuadrados, serían unos 1.336 euros por metro cuadrado—. Como referencia, la media de la Comunitat Valenciana son 124.000 euros. También hay que señalar la diferencia entre vivienda nueva, que en la provincia de Alicante es de 201.700 euros, y de 187.300 para la media de la Comunitat. En cuanto a la vivienda usada, estas cifras están en 121.800 y 116.100 euros, respectivamente. En la situación actual los pre-

Precio medio de vivienda en la provincia

MUNICIPIOS >25.000 HABITANTES



FUENTE: EUROVAL E INSTAI

cios muestran una ligera tendencia a caer. Desde la recuperación que tuvo lugar tras la crisis financiera de 2008, los precios medios en la provincia de Alicante están en torno a 1.300 euros por metro cuadrado.

En el año 2019 se estabilizaron los precios de la vivienda, que de media y para el total de vivienda nueva y usada, variaron un 1,7, 0,2, -0,6 y 0,6 por ciento en los cuatro trimestres de ese año; en el primer trimestre de 2020, fue un -2,6 y en el segundo -4,0 por ciento. Sin embargo, estos datos hay que tomarlos con prevención por dos motivos: uno, por la anomalía del mercado y la reducción del número de operaciones de compraventa, lo que quita homogeneidad a las comparaciones con períodos donde se

daba un número considerablemente mayor de operaciones; y otro, la reducción de las transacciones en vivienda nueva, que es la que tiene precios más resistentes a la baja.

Tres ideas surgen de estos datos y de las características de nuestro mercado. La primera, que no es de esperar una reducción significativa de los precios de la vivienda en Alicante, ya que nuestro mercado ajusta más reduciendo operaciones que precios. En segundo lugar, hay que considerar que aún no se han consolidado expectativas claras respecto a la evolución de la crisis y los escenarios posibles. Y, por último, tenemos que tener siempre en cuenta las diferencias entre los mercados locales y su conocimiento, sobre todo en una situación sin una tendencia clara que pueda ser generalizable.

EUROVAL



21% dto.

Tasación Oficial de Viviendas

Alfalfa, revista inmobiliaria web febrero 21/12/2021



Euroval

SOLUCIONES GLOBALES A SUS NECESIDADES DE VALORACIÓN

Tasaciones Inmobiliarias | Valoración de Activos | Valoraciones Inmobiliarias para Aseguramiento, VM
Valoraciones RCS/ EYS/ NSC | Valoración Masiva de Inmuebles, AM | Valoración de Empresas | SOCIMIs y Operaciones Vinculadas
Explotaciones Económicas | Dictámenes Periciales e Inventario | Expropiaciones | Tasación online de Viviendas



Euroval.com | Tel. 965 93 90 90

Eurovaloraciones, S.A. | Sociedad de Valoración y Tasación



Los planes de crecimiento del parque siguen adelante, a pesar de la pandemia, para consolidar a este enclave como el núcleo de mayor actividad empresarial de toda la Comunitat Valenciana, gracias a su localización estratégica

2021, el año clave para Elche Parque Empresarial

Elche Parque Empresarial, iniciativa del Ayuntamiento de Elche gestionada directamente por su empresa municipal PIMESA, cuenta actualmente con más de 750 empresas y más de doce mil personas que desarrollan allí su labor profesional.

Los planes de crecimiento del Parque siguen adelante a pesar de la pandemia, para consolidar a este enclave como el núcleo de mayor actividad empresarial de toda la Comunitat Valenciana, gracias a su localización estratégica, su diversificada estructura y su capacidad de atracción de talento por las sinergias generadas por las empresas ya instaladas y por el ecosistema de innovación del entorno.

Los planes de desarrollo del enclave para 2021 se concretan en dos proyectos estratégicos: la ampliación de Elche Parque Empresarial y Elche Campus Tecnológico.

En cuanto a la ampliación del Parque, se están realizando las gestiones para obtener la autorización de la modificación puntual del Plan General que permitirá ganar seiscientos mil metros cuadrados en esta zona industrial.

«Elche Campus Tecnológico, destinado a empresas de innovación, pretende ser el centro de referencia de la economía digital en la provincia de Alicante»

En octubre de este año la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, a través de la dirección de Medio Natural y Evaluación Ambiental, resolvió favorablemente la Declaración Ambiental y Territorial Estratégica (DATE), un paso decisivo para que Elche Parque Empresarial disponga del espacio necesario para dar respuesta a la potencial demanda de empresas interesadas en implantarse en el Parque, con la indudable repercusión que eso conlleva en términos de generación de empleo.

Durante 2021, una vez se apruebe definitivamente la modificación puntual del Plan General, PIMESA contratará los

servicios de redacción del Programa para el desarrollo de la Actuación Integrada, el Proyecto de Urbanización y la Reparcelación. Por su parte, Elche Campus Tecnológico se ha convertido en uno de los proyectos más ambiciosos de la provincia de Alicante. Este polo tecnológico destinado al establecimiento de empresas de claro carácter innovador pretende convertirse en el centro de referencia de la economía digital, un lugar de alta calidad para la instalación de pymes y grandes empresas tecnológicas, innovadoras y respetuosas con el medio ambiente dedicadas a la producción de servicios avanzados y la I+D+i.

Las obras de los dos primeros edificios avanzan a buen ritmo, previéndose la finalización de ambos durante el primer semestre de 2021. Supondrán una inversión total de unos 9,3 millones de euros y pondrán a disposición de las empresas innovadoras interesadas un total de unos nueve mil metros cuadrados de oficinas y espacios de alta calidad que permitirán albergar más de ochocientos puestos de trabajo.

La actuación en su conjunto comprenderá una vez concluida una superficie total de 93.000 metros cuadrados, albergando 53.000 metros cuadrados de zonas verdes. Los espacios privativos que se comercializan totalizarán más de 43.000 metros cuadrados de techo. Un proyecto, enmarcado en la estrategia de desarrollo de Elche Parque Empresarial, que permitirá que esta zona se convierta en la puerta de entrada de la nueva economía en el enclave. **PIMESA**



Reproducción del futuro Elche Campus Tecnológico, que nace como polo de innovación ubicado en Elche Parque Empresarial. PLAZA

Innovación en un espacio único

A la venta

pimesa



Ajuntament d'Elx

Padima llama la atención sobre el hecho de que «se ha innovado muchísimo en torno al producto, y a una velocidad extrema», con lo que la contratación en innovación se ha convertido en la segunda gran línea de trabajo de la consultora en 2020

Creatividad, colaboración y protección para responder a la crisis

La consultora alicantina Padima, especializada en la protección de la marca y de la innovación de las empresas, ha tenido mucho trabajo en los últimos meses. La agencia que fundaron y dirigen Iván Sempere y Eva Toledo no solo no redujo plantilla con el estado de alarma, sino que la ha incrementado en plena pandemia, para dar respuesta a las demandas de las empresas con las que trabajan. Firmas de todo el mundo que han apostado por la creatividad, la innovación, la digitalización y la comunicación de sus avances para crecer en una crisis que ha sido también oportunidad.

«El papel de la innovación en las empresas no ha cambiado», argumenta Iván Sempere, co-CEO de Padima, «y es más importante si cabe». Muchas empresas se han lanzado a crear nuevos productos o mejorar los que ya tenían, porque «en tiempos de crisis es todavía más importante mantener esa actitud innovadora; es algo estratégico para ocupar una posición de liderazgo». La crisis sanitaria, según Sempere, ha «cribado» nuestro tejido productivo, y ha evidenciado quién está apostando de forma más clara por la innovación. «Un estudio elaborado por Padima y la UA con la Oficina de Marcas y Patentes concluye que las empresas que más innovan multiplican por treinta su capacidad de internacionalización», destaca.

En esta crisis, además de la innovación, ha jugado un papel crucial la digitalización. Muchas empresas se han digitalizado a marchas forzadas, con una consecuencia clara: aumenta la distancia geográfica entre la empresa y su cliente. «Surgen nuevas oportunidades, pero la digitalización tiene que ir acompañada de protección de la propiedad industrial, porque están surgiendo muchas falsificaciones en internet, y la forma de poder eliminarlas es tener tu marca y tus productos protegidos», explica el cofundador de Padima. «En estos meses, hemos tenido muchas demandas



Iván Sempere, co-CEO de la consultora alicantina Padima. RAFA MOLINA

de protección de la propiedad industrial asociada a esa digitalización acelerada, y otra gran línea de actuación que nos han pedido nuestros clientes es la firma de contratos de colaboración y desarrollo».

En este sentido, durante la crisis muchas empresas, como las del sector textil, se han lanzado a innovar y fabricar nuevos productos, en algunos casos con transformación total de su negocio. «En este escenario, las empresas han descubierto que es mejor colaborar que intentar hacerlo solo —explica Sempere—, y las empresas han colaborado entre ellas, o con la red de universidades o de institutos tecnológicos tan potente que tenemos en la Comunitat Valenciana». Esa colaboración para crear, por ejemplo, mascarillas que permiten leer los labios, ha generado una nueva necesidad: la de establecer «cómo se gestiona esa innovación, qué hacemos con las patentes, etcétera». Sempere llama la atención sobre el

hecho de que «se ha innovado muchísimo en torno al producto, y a una velocidad extrema», con lo que la contratación en innovación se ha convertido en la segunda gran línea de trabajo de la consultora en 2020.

El co-CEO de Padima realiza una tercera reflexión respecto a la innovación en la propiedad industrial. «Precisamente por la distancia, estamos trabajando mucho también en la comunicación de la innovación; si tú innovas mucho pero no lo cuentas bien, no lo vas a rentabilizar». Padima trabaja con empresas de todo el mundo, de todos los tamaños y de todos los sectores, y aun así Sempere garantiza que «la creatividad de la industria valenciana es altísima, solo nos falta contarlo; estamos en un mundo globalizado donde una universidad de aquí está compitiendo con una de Nueva York, somos muy buenos en muchas cosas y hay que contarlo». Y para eso, por supuesto, «también sirve la propiedad intelectual, porque nos ayuda a vender y posicionar nuestra marca». **DAVID MARTÍNEZ**



La **energía** que conecta personas



enercoop
GRUPO

Grupo Enercoop es el promotor de COMPTEM, la primera Comunidad Energética que está viendo la luz en España gracias al apoyo de la Unión Europea, a través del proyecto de innovación MERLON H2020. Lideramos la transición energética local situando a la ciudadanía en el centro de un nuevo modelo energético más justo, democrático y digital. Enercoop tiene presencia en la práctica totalidad de la cadena de valor de la energía, generando, distribuyendo y comercializando energía de origen 100% renovable.



Centro de producción de Bonnysa en Alicante. PLAZA

Bonnysa insta a reflexionar sobre el sector agrícola, la dependencia de terceros países y la importancia de apoyar lo que aquí se produce

La agricultura se reivindica (y aprende)

Es uno de los sectores esenciales, y prácticamente la única fuente de noticias económicas positivas durante los meses más duros de la pandemia.

El sector agroalimentario, uno de los más potentes de la provincia de Alicante, aunque no siempre valorado como merece, ha salido reforzado y reivindicado de la primera ola de la pandemia, y afronta con optimismo el ejercicio 2021. Aunque el camino no ha sido fácil: las exportaciones han crecido a costa de la rentabilidad, y el comportamiento de la demanda ha dibujado una auténtica montaña rusa que ha exigido una capacidad de adaptación extrema y constante.

Bonnysa, el principal exponente del sector en la provincia —con cuatrocientas hectáreas de cultivo, una facturación de noventa millones de euros al año y una plantilla de dos mil personas—, recuerda que «el inicio de la pandemia fueron momentos de incertidumbre y de sobresfuerzo en adaptarse y que el consumo fue atípico, pasando por una cesta de la compra donde se buscaban legumbres y conservas al refugio en la cocina como vía de escape en el confinamiento». También hubo que

adaptarse a la complejidad en las exportaciones. «Los costes logísticos aumentaron. Bonnysa es una empresa principalmente exportadora y en este campo se vio afectada por la forma en la que los transportes estaban desarrollando su trabajo». Además, «se trataba de la parte final de nuestra campaña que coincide con el inicio de muchos países a los que exportamos, y estos optaron por apoyar las economías nacionales».

Desde el punto de vista del sector, «esta situación debe llevarnos a una reflexión, que es la suma importancia que tiene el sector agrícola europeo para la propia Unión Europea. Nuestro continente no puede depender de terceros países en situaciones como esta». En esta segunda ola vuelve a ser clave la adaptación.

«Debemos ser muy proactivos y camaleónicos anticipando la situación según los datos que nos van llegando. Hemos visto un retroceso en el sector horeca, por los horarios o los cierres en muchos países. Pero las familias han aumentado los consumos en el supermercado, y por tanto hemos adaptado nuestros formatos». Asimismo, Bonnysa está facilitan-

do a sus seguidores numerosas recetas y trucos «para que puedan tener estos momentos de ocio en la cocina con productos frescos, naturales y vegetales».

Con vistas a 2021, la empresa confía en que «podamos salir de la incertidumbre. Pensamos que todo irá evolucionando progresivamente, pero lo más probable es que lo haga a velocidades diferentes según el país y el momento. Durante 2020 algunos de nuestros productos estrella siguieron creciendo, pero creemos que durante el próximo año lo harán a un ritmo mayor».

La pandemia ha modificado muchos hábitos, especialmente en cuanto a cuidarse y mantener una alimentación equilibrada, algo que Bonnysa cree que empresas como la suya podrán rentabilizar. Y aunque dan por sentado que el consumidor volverá a ir a los establecimientos, su tienda *online* de productos listos para consumir seguirá creciendo y ofreciendo nuevas posibilidades.

«Seguimos trabajando muy duro por la sostenibilidad: recursos hídricos medidos gota a gota, una planta de cogeneración y biomasa para ser más autosuficientes, optimizar nuestros cultivos y contribuir al medio ambiente; este es uno de los ejes de futuro, ya que es imprescindible velar por el legado natural que dejaremos a las generaciones futuras».

Los consumidores, además, son cada vez más exigentes en este sentido. A nivel de producto, «estamos entusiasmados porque nuestra Saborsada llegará a los lineales, y pronto presentaremos nuevos productos dirigidos a los *foodies*, y el desarrollo de la gama actual que tenemos. Este será un año de novedades y de innovación por nuestra parte para seguir siendo atractivos a los consumidores». **DAVID MARTÍNEZ**

DESCUBRE
EL SABOR
DEL DÁTIL
MEDJOL,
*EL REY DE
LOS DÁTILES*



Bondelicious



A LA VENTA EN MERCADONA Y EN BONNYSA.ES