

Economía

3

30

ANIVERSARIO

Información para el liderazgo

Nº 333 / 5€
MAY 2021

Finanzas

Las 100 mayores compraventas del año de la pandemia


EY, lista para apoyar la recuperación

DAVID CONDE

BBVA, servicio integral

Ranking 1200 líderes Que más crecen

Análisis

 ¿Hacia dónde va la economía española?

30 Aniversario

Gay de Liébana analiza nuestra economía

Living

Club Deportivo
Empresarial Alcatí



Financiación para empresas

Adaptamos nuestros
productos financieros a las
necesidades de tu empresa.




www.gedescos.es
900 900 550

#MásFinanciaciónEmpresas



ORGULLO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

La Comunidad Valenciana es una tierra orgullosa de sus paisajes, de su gente, de sus empresas y de sus negocios. Y en el Santander nos sumamos a este orgullo impulsando a las empresas y a las personas de la Comunidad Valenciana con más soluciones, para ser el motor de su economía y el corazón de todo un país.

-  Más servicios
-  Más especialización
-  Más digitalización

Santander, orgullosos de impulsar el crecimiento de la Comunidad Valenciana.





LIDERAZGO

04. **BBVA.** David Conde, director de la Territorial Este

FINANZAS

26. **LAS 100 MAYORES COMPRAVENTAS DE EMPRESAS EN ESPAÑA Y CV**

30. **LIVINGSTONE.** Entrevista a Neil Collen

36. **EY ABOGADOS.** Preparada para apoyar la recuperación

ANÁLISIS

38. **¿HACIA DÓNDE VA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA?** Hablamos con: AIReF, ATA, BBVA Research, Cámara Valencia, Cecabank, CEOE, Cepyme, Cesur, CEV, Consejo General Economistas, Foment del Treball e IESE

46. **SOLUCIONES Y PROPUESTAS**

HUELLA FUTURA

54. **ODS.** PortCastelló | 57. Cubierta Solar | 58. UJI | 59. EDEM | 60. UMH

OPINIÓN

10. Auren | 24. Garrigues | 33. BME | 37. Crowe | 50. R. Almenar | 56. M. Agliata

LIVING

62. **CLUB DEPORTIVO EMPRESARIAL ALCATÍ**

65. **VELA LATINA.** Dominando los vientos de La Albufera

68. **DESTINOS.** Asadores medievales

ALCATÍ CLUB DEPORTIVO EMPRESARIAL

30 DEL 30

12. **SUCEDIÓ HACE 30 AÑOS:**

Presidente de AVA-Asaja, Vicente Hernández vs Cristóbal Aguado | 16.

SABÍAS QUE: Industrias Alegre | 18.

ESAT | 20. Zeus - Smart Visual Data |

22. **PONENCIAS 30 ANIVERSARIO:** Gay de Liébana



Ranking E3
1200 líderes
Que más crecen

1. El Ranking de las empresas que más crecen: 250 superan el 50% | 7. Finetwork | 11. Inasca Trademark | 19. Interglobo | 21. Nuovvo | 23. Proflitek | 25. Riba Mundo Tecnología

Suscríbete



www.economia3.com



STAFF

EMPRESA EDITORA
ECO3 Multimedia, S.A.
Avd./ Aragón, n.º 2 - 2º 3º
46021 València
Tif.: 963 332 250

CONSEJERO-DELEGADO
Carlos Arnal

DIRECTORA GENERAL
Elisa Valero

REDACCIÓN
Gemma Jimeno (Editora)
Ana Gil, Fernando Arufe,
Sara Martí y Manuel Pérez

COLABORADORES
Juanma Baixauli, Ramón Pardo, Maria Josep Serra

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Daniel Sirera

FOTOGRAFÍA
Vicente A. Jiménez

ADMINISTRACIÓN
Ana Llop

ARTES GRÁFICAS
Villena Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL
V-2122-1995

CUENTAS

Andrés Giménez
Ignacio Bañón
Javier Sánchez Mesas
Lorena de Andrés
Sara Fernández
Lorena Ortín
Adrià Paterna

marketing@economia3.info

La importancia de la iniciativa privada: vencer el miedo

Según Maslow –psicólogo estadounidense de todos conocido por su pirámide de las necesidades humanas–, uno puede optar por volver a la seguridad o avanzar hacia el crecimiento. **El crecimiento deber ser elegido una y otra vez y el miedo debe ser vencido una y otra vez.**

Así pues, el crecimiento ha sido el denominador común de las empresas que forman parte de nuestro ranking en este número, las cuales han reflejado un incremento en su cifra de negocios superior al 2 % interanual.

Y, precisamente la ausencia de miedo fue lo que les llevó un día a emprender y a crear su empresa poniendo de manifiesto, una vez más, la importancia de la iniciativa privada.

Esta iniciativa privada es algo sobre lo que se reflexionó en la conferencia que el economista **Gay de Liébana** impartió para **Economía 3** y sus lectores. Según el profesor, el objetivo de los políticos es destruir la iniciativa privada, de ahí que el principal operador económico sea el Estado, representando el gasto público el 52 % del PIB.

Si a esto le sumamos unas previsiones de crecimiento del 6,4 %, casi cuatro millones de parados, una prima de riesgo de 66 puntos básicos y una deuda pública del 122 % del PIB, podemos hacer un **diagnóstico sobre cómo se encuentra la economía española en estos momentos** en los que, no solamente la pandemia ha azotado a nuestros indicadores macro, sino que determinadas decisiones políticas, según compartió el economista con nuestros oyentes, han afectado de forma relevante a estos indicadores. Si los gastos son mayores que los ingresos es fácil adivinar que tenemos un déficit y que para sostener esto debe crecer la deuda pública. La cuestión es ¿hasta cuándo podremos aguantar?, ¿seremos capaces de rehacernos? Para ello hace falta invertir en capital humano y en capital tecnológico emprendiendo así un proceso de digitalización y de reindustrialización de la economía española.

Los retos a los que nos enfrentamos pasan por mirar a Europa, mejorar la productividad, innovar, prestar atención a la industria y a la internacionalización, sin dejar de lado una de las “ies” más importantes, como es la inversión (I+D). Los retos estructurales a los que apuntó el economista fueron la sostenibilidad de las finanzas públicas y un gran pacto de Estado para la consolidación fiscal del país. Para ello hace falta altura de miras en nuestros políticos y que sean capaces de llegar a pactos como hicieron sus antecesores años atrás.

No nos cabe ninguna duda de que la iniciativa privada es uno de los motores tractores de la recuperación. El emprendimiento juega un papel fundamental en todos los aspectos que hemos citado. Por ello, desde esta cabecera tenemos como misión apoyar a las empresas e impulsar su crecimiento.

En otro orden de cosas, este mes contamos con tres grandes marcas en nuestro espacio “las 30 del 30” como son **Industrias Alegre, ESAT y Zeus**. Además, contamos una entrevista a Cristobal Aguado, máximo representante de AVA-Asaja, un sector prioritario en la Comunitat. Desde aquí, nuestro apoyo y agradecimiento a todos los agricultores. •

**EL CRECIMIENTO
DEBER SER ELEGIDO
UNA Y OTRA VEZ Y
EL MIEDO DEBE SER
VENCIDO UNA
Y OTRA VEZ**

30

ANIVERSARIO

Economía 3

BBVA

David Conde, director de la Territorial Este de BBVA

"No basta con ser un financiador de proyectos sostenibles"

Y así lo corrobora David Conde a lo largo de toda la conversación: "Lo que queremos de BBVA es un servicio integral que incluiría, además de financiación, formación, sensibilización y asesoramiento para captar ayudas públicas para estos fines además de para seleccionar proyectos de eficiencia energética". Igualmente, la entidad financiera ofrece una alternativa sostenible para todos sus productos en España, lo que les aporta una ventaja competitiva dentro del sector.

Gemma Jimeno
 Imagen: Vicente A. Jiménez
 gemmajimeno@economia3.info

David Conde se incorporó a la Territorial Este de BBVA, que engloba Comunitat Valenciana, Región de Murcia y Baleares, en junio de 2018, después de pasar dos años en Canarias. Su trayectoria profesional siempre ha estado ligada a la entidad financiera: “Soy alguien de la casa de toda la vida, formado desde la base”, reconoce.

En sus casi 25 años en BBVA y antes de aterrizar en València, ha pasado por los servicios centrales de la entidad financiera y ha recorrido diversas comunidades autónomas –Galicia, Castilla-León, Castilla La Mancha, Madrid, Canarias, Navarra y Extremadura–. “Se trata de un periplo muy rico tanto en lo personal como en lo profesional, porque me ha aportado historias de vida y aprendizajes. Además, esta trayectoria me ha fortalecido y me ha dado más seguridad para el momento que estamos viviendo”, corrobora.

David Conde confiesa que le gusta estar al lado de los clientes, visitándoles, porque “consigo una visión más real de lo que está ocurriendo”.

- Acaban de concluir las obras en la nueva sede en el centro financiero de la ciudad de València. ¿Cuáles son sus virtudes?

Tiene 7.000 m². BBVA utiliza ocho plantas, –desde la -1 hasta la sexta–.

En enero de 2020 arrancó el centro de banca de clientes más importante de la Comunitat Valenciana, que ocupa las plantas -1, 0, 1 y 2, y desde donde nuestros gestores atienden a los clientes de banca privada, patrimonio, pymes, empresas, corporativa, institucional, etc. Es decir, desde abrirte una cuenta hasta la operación más relevante que puedas imaginar.

En julio de 2020 nos mudamos los compañeros de los servicios centrales a las plantas 3, 4, 5 y 6.

Se trata de espacios abiertos, salas con mucha claridad, materiales fonoab-

”

LO QUE NOS DEMANDA EL CLIENTE, CON INDEPENDENCIA DEL CANAL, ES QUE LE AYUDEMOS CUANDO NOS NECESITE

sorbentes, sistemas de comunicación de última tecnología... En definitiva, es una réplica de lo que puedes ver en la Ciudad Financiera de BBVA.

En estos momentos está trabajando presencialmente el 55% del equipo, el resto teletrabaja. Con el cliente, fijamos una cita previa para tener controlado el aforo, un aspecto que han agradecido porque se trata de tiempos de más calidad.

- ¿Cuánto se ha invertido en este edificio?

Esta operación se perfeccionó en 2018. Vendimos el edificio a FIATC, una compañía aseguradora catalana. Ahora somos inquilinos de largo plazo.

Digitalización

- ¿Cómo han aceptado y se han adaptado sus clientes a un modelo de relación cada vez más digitalizado?

Por una parte, cada día que pasa los clientes nos demandan más soluciones digitales y, por otra, y sobre todo durante los periodos de confinamiento por la pandemia hemos podido ver perfiles de clientes que, hasta ese momento, no necesariamente estaban familiarizados ni con las herramientas, ni con las soluciones, ni con los canales digitales, se han involucrado como uno más, incluso aquellos que estaban habituados a ir a la oficina.

Las soluciones digitales aportan grandes ventajas. En nuestro caso, ya sea desde la web o desde la app, puedes hacer prácticamente todo. De hecho, hoy por hoy, el 70 % de nuestra clientela en España ya es digital.

Si estos clientes, cuando están navegando por la app, en un momento dado necesitan asesoramiento, lo encuentran en la propia aplicación ya

que desde ella, una persona resolverá sus dudas. Con lo cual, la banca digital que ofertamos es cada vez más personalizada.

Y lo mismo ocurre con las pymes, empresas y autónomos. Muchos de ellos ya se han digitalizado durante la pandemia y muchos otros ya lo habían hecho anteriormente. Lo que hemos hecho ha sido poner a su disposición soluciones innovadoras para operar 100 % online sin necesidad de pasar por la oficina.

Un buen ejemplo sería el servicio de agregación financiera donde puede ver, no solamente sus posiciones de BBVA, sino todo su *pool* bancario. Con lo cual, resulta mucho más fácil ver todo.

De todas formas, desde BBVA siempre les vamos a acompañar a la hora de ser negocios más digitales y más sostenibles.

- ¿Cuáles han sido los productos y servicios más necesitados en estos últimos catorce meses?

- La prioridad ha sido dar liquidez a la economía. Hay una cuestión que era clave y es que no se debía interrumpir la generación de las rentas del trabajo. Por ello, había que proteger a la empresa, que es la principal generadora, y lo hemos hecho vía fondos propios de BBVA o con recursos de BBVA pero con aval del ICO.

Desde que empezó la pandemia ya han pasado más de doce meses, con lo que la carencia inicial de algunos préstamos ha concluido y deben hacer frente al pago de la deuda. Esto significa que nos hemos vuelto a sentar con ellos y, en muchos casos, hemos hecho novaciones.

Lo mismo ha ocurrido con las familias donde hemos hecho moratorias de hipotecas y de consumo para darles tiempo a que recuperaran su fuente de ingresos.

Una alternativa sostenible

Además, algo que ya forma parte de nuestro día a día y que ya está en nuestro catálogo, es que haya una alternativa sostenible para los principales ▷



productos en España. Es decir, no nos basta con tener una hipoteca, queremos tener una solución sostenible como puede ser una hipoteca verde.

En concreto, todos nuestros productos en España tienen una alternativa sostenible, lo que nos aporta una ventaja competitiva dentro del sector.

Este tipo de servicios son los que ya están demandando los clientes y que debemos ofrecer ya que es la manera de contribuir a esa sostenibilidad que todos estamos buscando. Sería una forma de aterrizarlo, no quedarnos en las musas y bajar al teatro.

Somos la última generación que va a frenar el calentamiento de la tierra. Si no lo hacemos, los efectos serán devastadores sobre el planeta y sobre las generaciones futuras.

De ahí que entre las prioridades estratégicas de BBVA esté la sostenibilidad desde hace tiempo.

En 2018 comunicamos nuestra estrategia de desarrollo sostenible, una propuesta llamada **Compromiso 20-**

25, donde nos comprometimos a cumplir con los ODS de Naciones Unidas y a defender el Tratado de París sobre el Clima.

A partir de aquí, comenzamos a trabajar a través de tres grandes líneas. La primera de ellas sería a través de la financiación. Es decir, poniendo a disposición de las empresas 100.000 millones de euros entre 2018 y 2025. En este sentido, y al término de 2020 ya habíamos movilizad, un año antes de lo previsto, 50.000 millones, una muy buena noticia.

La segunda línea que nos plantea, nos fue medir los riesgos sociales y medioambientales para minimizar tanto el impacto directo como indirecto en



A DÍA DE HOY NO SE ESTÁ OBSERVANDO DETERIORO EN LA MOROSIDAD DE BBVA PERO DEBEMOS ESTAR ATENTOS

nuestro día a día. En este sentido, BBVA ha conseguido en 2020 ser neutro en emisiones directas de carbono. Ahora tenemos que alcanzar que lo vayan consiguiendo las diferentes compañías.

La tercera vía hacía alusión a hacer ver que el sector financiero puede ser relevante concienciando a la sociedad sobre la necesidad de ir hacia un mundo más sostenible.

De hecho, tenemos planes de pensiones gestionados con criterios de inversión socialmente responsables.

Hace más de un mes anunciamos que, a partir de 2030, dejaremos de financiar todas aquellas actividades relacionadas con el carbón. Con lo que ayudaremos a las compañías afectadas a buscar una alternativa sostenible a este combustible fósil, como puede ser el hidrógeno verde.

De hecho, en esta Territorial estamos viendo proyectos tractores relacionados con esta fuente de energía que podrían beneficiarse de los fondos de recuperación de la UE.

- ¿Cómo aterrizáis esta estrategia de sostenibilidad en las empresas valencianas?

No basta con ser un financiador de proyectos sostenibles. Lo que queremos en BBVA es dar un servicio integral que incluiría, además de financiación, formación, sensibilización y asesoramiento para captar ayudas públicas para estos fines además de para seleccionar proyectos de eficiencia energética.

Con lo cual, dicho servicio integral persigue ayudar a la empresa en su crecimiento hacia la eficiencia energética. ¿Esto qué supone? Pagar menos por el consumo de los recursos, reducción del impacto medioambiental...

- Habéis firmado un acuerdo con la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Energéticos (Anese). ¿Cómo se benefician los clientes?

Si nuestro cliente empresa está interesado en un proyecto de eficiencia energética, desde BBVA le ponemos en contacto con un técnico de Anese que le ayudará a seleccionar la empresa de servicios energéticos que mejor se adapte a su realidad y a su proyecto.

En marzo de este mismo año firmamos también otro acuerdo con **Ateinsa**, que ayuda a las empresas a conseguir una subvención pública, lo que les permitirá estar preparados cuando lleguen los fondos de recuperación de la UE, ya que el 37 % de los mismos están destinados a la sostenibilidad.

De esta forma, hemos conseguido estar en el asesoramiento, direccionamiento, acompañamiento y en la financiación. Es decir, estar en el ciclo completo de los proyectos medioambientales.

Además, contamos con herramientas como la que calcula la huella de carbono, de carácter gratuito, y que ya ha sido utilizada por 10.500 clientes de la Comunitat Valenciana y que ya saben cuántas toneladas de CO₂ están vertiendo a la atmósfera.

A partir de este momento, el empresario decidirá o no si se quiere meter en ese proyecto de inversión.



- ¿Las empresas están concienciadas sobre la importancia de reducir su huella de carbono o piensan que es un coste?

Hace quince años, en el momento de la transformación digital, las empresas se hacían la misma pregunta: "¿me va a aportar o va a ser un coste?" Hoy, ¿qué compañía no está digitalizada al 100% con independencia de su tamaño?

En esta cuestión, no entra todo el mundo con la misma credibilidad desde el primer día, las grandes empresas lo tienen claro y ya están trabajando en ello; las medianas empresas van poco a poco; y ya estamos viendo como nuestra huerta, que desarrolla una gran labor de I+D+i, quiere ser sostenible. De hecho, son los primeros que están poniendo el oído para ver qué se puede hacer para ser más sostenibles. ▷



- Estáis monitorizando los créditos ICO y las moratorias hipotecarias y de consumo. ¿Cómo se están comportando las empresas/autónomos y en general los clientes en este sentido?

En España ha funcionado muy bien la colaboración público-privada y por ello, aplaudimos estas iniciativas. Desde BBVA consideramos muy positivo tanto las moratorias como las novaciones y lo mismo ocurre con los ERTE. Este tipo de ayudas son puentes en un momento donde la economía ha caído por una situación, como es una pandemia y que no estaba programada.

En estos momentos se suman otros parámetros como son el número de personas vacunadas o el número de vacunas que llegan a España. Por tanto, cabe pensar, que esta crisis sanitaria tiene fecha de cierre y por suerte para todos, la salud dejará de ser la principal preocupación y comenzaremos a pensar en crecimiento económico.

A pesar de todo, durante este último año hemos sido capaces de movilizar más de 178.000 ICO para empresas, pymes y autónomos por valor de más de 19.000 millones.

Estamos acercándonos proactivamente a las compañías, estamos vien-

do cuál es su nivel de endeudamiento, analizando su liquidez... Hay algunas pymes que en estos momentos tienen dificultades y lo que estamos haciendo es novar sus ICO dándoles una mayor carencia o alterando el calendario de amortización.

- ¿Prevéis incrementos importantes de la morosidad?

A día de hoy no se está observando deterioro en la morosidad de BBVA pero debemos estar atentos.

A pesar de todo, el objetivo prioritario es preservar el tejido empresarial que es el que crea empleo en España.

¿Cómo? Monitorizando, estando muy atentos y sabiendo distinguir si la necesidad de financiación de la empresa es puntual o estructural y sabiendo qué necesita quién en cada momento.

- Has mencionado los ERTE, como el resto de entidades financieras ju-

gasteis un papel importante adelantando el pago de los mismos...

A día de hoy seguimos pagando anticipadamente las pensiones y el desempleo. Ahora mismo, todos tenemos que trabajar codo con codo en España y nosotros no podemos mirar para otro lado. Con lo cual, lo que dependa de nosotros, y eso sí depende, lo podemos anticipar.

- Sabiendo que mirar al exterior fue decisivo para que las empresas valencianas salieran de la crisis anterior. ¿Cómo se posiciona BBVA al respecto?

Mirar al exterior, para cualquier empresa de la Comunitat Valenciana debe ser una obligación. Por ello, deben ponerse a ello y lo primero que deben hacer es analizar el contexto y tener en cuenta otras cuestiones clave como la digitalización, la tecnología y contar con un buen socio estratégico.

La tecnología empieza por contar con una buena web en el idioma del país al que se dirige y los productos y servicios que ofrece deben estar adaptados a la realidad de esos mercados.

La digitalización aporta al comercio exterior inmediatez, seguridad y trazabilidad. Por tanto, por ahí van a venir muchas ventajas.

”
MIRAR AL EXTERIOR, PARA CUALQUIER EMPRESA DE LA COMUNITAT VALENCIANA DEBE SER UNA OBLIGACIÓN

En cuanto al socio estratégico, no es lo mismo implantarse en el exterior que exportar o que hacer una *joint Venture*.

Nosotros somos socios para nuestras pymes y empresas y les ayudamos a financiarse, a mitigar riesgos como la falta de pago o el tipo de cambio; o el riesgo país, porque no es lo mismo invertir o implantarse en países de la OCDE que en países en vías de desarrollo.

También vamos a apoyar tanto a la empresa como a la pyme con un asesoramiento personalizado. Para ello, contamos con una red en nuestro propio territorio que está funcionando muy bien.

Otra de nuestras ventajas es que estamos presentes en más de treinta países, lo que nos da la opción de presentar soluciones para aquellas empresas que se quieren implantar en esos países.

- ¿Estáis notando un mayor crecimiento en este sentido en estos momentos?

Sí, ahora hay una mayor operativa de comercio exterior. Estamos viendo que nadie se está quedando de brazos cruzados. La mayoría de las empresas comienzan a exportar y, en la medida en que un mercado va creciendo en interés, esta puede tomar la decisión de implantarse con un socio local o por su cuenta.

- ¿Los mercados están variando con motivo de la pandemia?

Las economías asiáticas se recuperaron antes, convirtiéndose en mercados activos para exportar mucho antes que otros. La empresa no debe limitarse a un determinado grupo de países, debe tener abierta todas las posibilidades para diversificar riesgos.

- Háblanos del papel de la banca como canalizador y amplificador de los fondos europeos, actuando como agente distribuidor y ayudando a seleccionar las inversiones adecuadas.

Nuestro papel, como bien has dicho, consistirá en canalizar el dinero de Europa hacia las empresas y, al mismo tiempo, en proponerle y pedirle al sector privado, a las propias empresas,

que complemente el dinero que venga de Europa.

En paralelo, llevaremos a cabo soluciones ad hoc para las empresas. La clave está en que los gobiernos empiecen rápido a poner a disposición de las empresas los fondos europeos.

Es muy importante la comunicación y la coordinación entre el Gobierno y empresas y, en el centro, el sector financiero. ¿Por qué? Por que estos proyectos producen un efecto multiplicador sobre la economía. Es decir, podemos conseguir que el PIB de los próximos diez o doce años, además del crecimiento que la propia economía conlleva, pueda crecer un número adicional cada año debido a ese efecto multiplicador de los fondos.

- La banca privada de BBVA ha sido en la CV un referente desde hace años. ¿Qué planes tiene para el futuro, por ejemplo respecto a las nuevas tendencias de inversión sostenible?

El ejercicio 2020 fue un año para estar más cerca que nunca de nuestros clientes explicándoles la situación y haciéndoles ver que los fundamentos de la economía seguían intactos. Prueba de ello es que los mercados, en el ámbito internacional, se han recuperado.

El año pasado fue muy bueno para la gestión discrecional de carteras. Y, hacia adelante, la inversión en sostenibilidad va a seguir cobrando cada vez más importancia, tanto entre los clientes como entre las gestoras. Esto supone retos pero también oportunidades. ¿Los retos cuáles son? La agenda de finanzas sostenibles, la normativa, las regulaciones de la UE... En cuanto a las oportunidades, hoy de todos los activos bajo gestión, tanto de las ges-

toras de fondos como de planes de pensiones, solo el 26 % están gestionados bajo criterios de inversión sostenible. Y este crecimiento se va a acelerar. Las gestoras van a aumentar su exposición a la inversión sostenible. A futuro todo estará guiado por estos principios y lo raro será lo contrario.

Para nuestra gestora, **BBVA AM**, la sostenibilidad no es nueva, porque ya desde 1999 tenemos productos solidarios y ha ido ampliando el compromiso como gestora firmando los principios de Inversión Responsable de la ONU (Unpri) y desarrollando capacidades y conocimientos en alguna de las estrategias sostenibles principales. Entre nuestros productos, me gustaría mencionar el **BBVA Futuro Sostenible**, ya que gracias a este fondo hemos retornado a la sociedad, a través de ONG, un millón de euros.

Además, las compañías que siguen patrones de inversión socialmente responsables se financian mejor, cuentan con mejor talento, tienen menos problemas de riesgo reputacional y una muy buena imagen de marca.

Asimismo, dentro de las denominadas megatendencias, es decir, aquellas tendencias que serán nuevos motores del crecimiento, la sostenibilidad es una de ellas. Pero también hay otras como los cambios demográficos y sociales, consumo y estilos de vida o la tecnología, que ofrecerán grandes oportunidades de inversión. El año pasado dieron rentabilidades por encima del 16 % y serán los grandes temas del futuro.

- Por último, ¿qué retos tiene esta territorial para el futuro?

Nuestros retos no pueden ser diferentes de los de las sociedades de la Comunitat Valenciana, Murcia y Baleares.

La razón de BBVA es poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era. No queremos ser meros actores que participan en una financiación o en un evento concreto de la vida de un cliente, sino acompañarle de manera integral. Estar al lado de nuestros clientes, ya sean personas físicas o jurídicas, y acompañarles con sus sueños. ●

”

**NO QUEREMOS SER
MEROS ACTORES EN UN
EVENTO CONCRETO DE
LA VIDA DE UN CLIENTE,
SINO ACOMPAÑARLE DE
MANERA INTEGRAL**

¿Es responsable el Estado por las medidas impuestas a la hostelería ante la covid-19?

Pilar Alfonso
Auren
pilar.alfonso@auren.es
www.auren.com



¿DEBE EL EJECUTIVO HACERSE RESPONSABLE DE LOS DAÑOS Y PERJUICIOS ECONÓMICOS CAUSADOS POR SUS MEDIDAS LIMITADORAS DE LA ACTIVIDAD? O, LO QUE ES LO MISMO, ¿EXISTE RESPONSABILIDAD PATRIMONIAL DE LA ADMINISTRACIÓN POR LAS MEDIDAS ADOPTADAS? ESPEREMOS QUE LA RESPUESTA SEA AFIRMATIVA.

La declaración del Estado de Alarma en virtud del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, supuso la adopción de una serie de medidas orientadas a combatir la emergencia sanitaria derivada de la pandemia provocada por la covid-19.

Entre otras medidas, el citado RD (por todos el RD 21/2020, de 9 junio, y el RD 926/2020, de 25 de octubre), obligó a suspender la actividad de bares y restaurantes, es decir, ordenó la clausura total del sector hostelero.

Tras el levantamiento del Estado de Alarma el 21 de junio de 2020, el Gobierno procedió a una nueva declaración del Estado de Alarma en la que permanecemos, contraviniendo lo previsto en Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, al no ser confirmado por el Congreso de los Diputados cada quince días de acuerdo con lo contemplado en la mentada norma, lo que nos obliga a denunciar la inconstitucionalidad del RD, por exoneración de control parlamentario.

El Ejecutivo habilitó a las CC.AA. para que pudieran acordar medidas prohibitivas, lo que derivó en la adopción de actuaciones por parte de dichos entes, a nuestro entender arbitrarias, e indiscriminadas, que se tradujeron en el cierre de bares, restaurantes, restricciones horarias y de aforo en los periodos en los que se permitía su apertura.

El vínculo entre las medidas adoptadas por las administraciones y los daños al sector es inequívoco, lo que debería dar lugar a una estimación de las reclamaciones.

Los daños pueden cotejarse a “grosso modo” revisando la información vertida por la patronal. Hasta el momento, 100.000 bares y restaurantes se han visto obligados a cesar en su negocio en el primer trimestre del año, perdiéndose un 50 % de facturación con respecto a 2019, con la consecuente destrucción de empleo y acumulando más del 46 % de los ERTE.

Ante tal realidad objetiva, y a la sazón, desalentadora, la principal tentación que abrirá el apetito de la Administración a

Pilar Alfonso Bueno.

Abogado en ejercicio desde 1998, desempeña su labor profesional, entre otros ámbitos, en el público, en la rama del Derecho Administrativo, defendiendo a empresas y particulares frente a los actos derivados de la subfunción del Estado, ante los órdenes administrativo y jurisdiccional contencioso administrativo.

la hora de desestimar las reclamaciones es fundamentarlas en que su adopción fue por causa de fuerza mayor.

Con ello, debemos señalar, que si bien es cierto que la pandemia por la covid-19 es un hecho que podría tratar de calificarse como fuerza mayor, surtiendo los efectos propios de tal calificación tanto en Derecho privado como en Derecho público, una cosa es la pandemia por la covid-19, como hecho constitutivo de fuerza mayor, y otra bien distinta las medidas adoptadas y que adopte el Gobierno como consecuencia de la misma, y que, en el supuesto de los cierres y limitaciones al sector hostelero, distan mucho de poseer tal consideración.

Dicha interpretación debe extraerse del Auto TSJPV 9/02/2021, extrapolable al resto de CC.AA., cuando considera que no ha quedado acreditada que en la actividad hostelera esté el origen del aumento de contagios que se intentan paliar con las medidas restrictivas adoptadas, no pudiendo considerarse los cierres mal necesario, debiendo entenderse como irracionales y antijurídicos.

Del mencionado Auto podría también inferirse que la Administración no ha actuado de manera coherente a las circunstancias, motivo por el cual los particulares no tienen el deber de soportarlos.

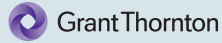
Las reclamaciones que nos ocupan están amparadas, o eso esperamos, en el marco jurídico derivado del artículo 3 de la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, reguladora de los estados de alarma, excepción y sitio, en los arts. 9.3 y 106.2 de la CE, y art. 32 Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas, debiendo prosperar en orden a paliar, en la medida de lo posible, el daño económico sufrido sin causa.

Junto con la responsabilidad patrimonial del Estado debería también valorarse si las actividades intervenidas y suspendidas en atención a lo impuesto en los arts. 10 y 13 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, obedece en realidad a una actividad expropiatoria, amparada en la Ley de 16 de diciembre de 1954, y por tanto indemnizable. •

Grupo Gedesco



Grant Thornton



Havas Media



Euroval



Eactivos



Cofial



Corporate Finance & Business Consulting



Smart Visual Data



ESAT



Industrias Alegre



Próximamente...

BBVA



Jesiva



G|R|A Consultores



Asemwork



Bodegas Murviedro



Pamesa



GRUPO EMPRESARIAL S.L.U.



GH Induction



Grupo Damel



Sierra de Padelma



Helvetia Seguros



Tu aseguradora suiza



Ube Corporation Europe



Vicente Gandía



B. Hispanosuizas



Galesa



Cristóbal Aguado, tercer presidente de AVA-Asaja

“Sin rentabilidad es difícil emprender la modernización”

Gemma Jimeno
Imagen: Vicente A. Jiménez
gemmajimeno@economia3.info

Hace treinta años, momento en que nació la revista **Economía 3**, en su edición de febrero de 1992, el presidente de AVA-Asaja en aquel momento, Vicente Hernández, reivindicaba la falta de asociacionismo en el campo valenciano. ¿Esta cuestión sigue siendo un problema actualmente? Él hablaba de 14.000 asociados. ¿Cómo ha variado esta cifra a lo largo de los años?

- La insuficiencia del asociacionismo agrario valenciano sigue siendo una constante, a diferencia de lo que ocurre en otros países europeos como Francia. AVA-Asaja cuenta con cerca de 20.000 familias asociadas, pero el asociacionismo agrario no ha podido crecer más porque, lamentablemente, la agricultura no figura en la agenda política. Los políticos se llenan la boca proclamando el papel esencial que desempeñan los agricultores pero luego no aplican medidas para garantizar una remuneración digna y una vertebración del sector. Esa falta de acción política en defensa del campo ha agravado la crisis de rentabilidad, el envejecimiento de la población agraria, la falta de relevo generacional y la superficie sin cultivar, que ya supera las 160.000 hectáreas.

- En aquellos momentos, en la estructura de la asociación trabajaban



nueve personas por contrato. Él calificaba el servicio que prestaba a sus asociados como “muy bueno”. ¿Cuál es la estructura actual? ¿Cuántos trabajadores tiene en plantilla? ¿Y cuántos ya han cumplido los treinta años trabajando para la asociación?

- AVA-Asaja y sus entidades asociadas cuentan con más de 50 empleados que trabajan a diario en la sede central de València, así como en la Finca Sinyent, un centro de experimentación agraria y de transferencia tecnológica que desarrollamos en Polinyà del

Xúquer. Ya tenemos varios trabajadores que se han jubilado y buena parte de la plantilla actual lleva varias décadas en su puesto, lo que aporta estabilidad y experiencia en la materia. En 1992 la sede estaba en la calle Música Peydró y solo constaba de unos pocos despachos cedidos por la CEV. Las cosas han cambiado mucho y para mejor, pudiendo atender todas las necesidades profesionales que requiere la actividad agraria, sin olvidar nunca que la principal misión de AVA-Asaja es la reivindicación de los intereses de los agricultores y ganaderos valencianos.

- Otro de los temas tratados fue la importancia de crear una regional. ¿Ahora mismo AVA-Asaja podría liderar la representación de las tres provincias? ¿Existe algún tipo de negociación al respecto?

- En estos momentos somos la voz de Asaja en Valencia y Castellón, con el acuerdo de las dos partes. Con Asaja-Alicante cada vez hay una mejor sintonía. No pretendemos liderar nada, sino sumar fuerzas para dotar al sector agrario de un proyecto autonómico.

- Vicente Hernández hablaba ya en aquella época de que “éramos la despena de Europa” pero ahora ya no es así y reivindicaba también la desaparición de productos autóctonos. ¿La historia se repite 30 años después?

La exportación valenciana y española de productos agroalimentarios, que tienen como primer eslabón a los agricultores y ganaderos, sigue siendo un referente en el mercado europeo, sobre todo en frutas y hortalizas. Exportamos a Europa más del 93 % de nuestros cítricos, por ejemplo. No obstante, la globalización desregulada está favorecien-



Ejemplar nº 4 de la revista Economía 3

do un incremento de las importaciones foráneas que, en ocasiones, se solapan en el tiempo y sustituyen a la producción local. La agricultura se usa como moneda de cambio en los acuerdos comerciales para vender a esos países terceros productos de otros sectores económicos, sacrificando a los agricultores europeos y sin importar el impacto ambiental, la salud de los consumidores o la soberanía alimentaria.

- Su antecesor también vaticinó que Marruecos se convertiría en “una potencia fuerte en hortalizas, porque tienen más agua de la que todo el mundo cree”. ¿Se ha cumplido? ¿Qué papel juega Marruecos actualmente en el mercado? ¿Cómo afecta a nuestras exportaciones?

- Gracias al dinero europeo y a los acuerdos preferenciales, Marruecos ha impulsado grandes planes de modernización agraria y ha multiplicado

sus exportaciones a la Unión Europea (UE). Siempre ha sido un socio privilegiado, incluso tuvo más facilidades para entrar sus productos a la UE que España cuando ya era Estado miembro. Actualmente hay otros países que también preocupan, tanto o más, como Egipto, Turquía, Sudáfrica, Myanmar o Vietnam, que suponen una competencia desleal porque los tratados firmados con la UE no incluyen un estudio de impacto previo y no exigen reciprocidad ni fitosanitaria, ni laboral, ni medioambiental.

- En esta misma línea, otras de sus preocupaciones era la llegada de nuestros cítricos a Japón. ¿Podemos decir que es un objetivo conseguido?

Existe el acuerdo que permite exportar a Japón pero, en la práctica, apenas se envía nada por unas exigencias inasumibles. El país nipón ha conseguido salvaguardar los intereses de sus cítricos o de su arroz mientras tiene producción nacional. El caso de China es más positivo porque ahora absorbe unas exportaciones españolas récord, cuando hace años eso era impensable. En cuanto a Rusia, un mercado emergente en el que teníamos muchas expectativas depositadas, sigue vetado por un conflicto con la UE ajeno al sector agrario.

- Él hablaba también de la importancia del mundo cooperativo y como impera en el sector agrario. Mencionaba la necesidad de la concentración de las cooperativas para que hubiera un menor número y fueran más rentables y descendiera la competencia entre ellas. ¿Se ha producido tal y como él lo describía?

- Hay un proceso en marcha de concentración cooperativa, pero va ▷

muy lento. Entendemos que debe haber ayudas oficiales para lograr una mayor concentración de oferta. Pero, a la hora de conceder estas ayudas, el Gobierno no distingue entre las cooperativas que están bien gestionadas y las que lo están mal. Echamos de menos que el mundo cooperativo apueste firmemente por la transparencia de su gestión comercial: sería la mejor manera de eficiencia. Los mismos agricultores, que somos los propietarios de las cooperativas, tendríamos que dar un ejemplo de transparencia que no se da.

- Desde septiembre de 1995, el mercado de futuros de la Bolsa de Valencia comenzó a negociar cítricos. ¿Fue una buena iniciativa?

- Era una magnífica iniciativa, pero ni era el momento ni se daban las circunstancias más adecuadas. La falta de unidad y la idiosincrasia del sector cítrico no jugaban a favor.

- También puso de manifiesto, en aquella época, la falta de modernización de la agricultura valenciana. ¿Sigue siendo una realidad hoy en día?

- Pese a la Ley de Estructuras Agrarias, sigue siendo la gran asignatura pendiente de la agricultura valenciana. Un sinónimo de modernización es digitalización, y es tremendamente difícil introducirla en pequeñas parcelas. Pero una gran reforma estructural y una profesionalización del sector solo podrá tener visos de futuro si va unido a una cadena agroalimentaria equilibrada, a unos acuerdos comerciales con países terceros recíprocos y a unos precios justos. Dentro de la cadena hay unos eslabones que brillan por el oro de sus balances económicos y algún eslabón como el productor está oxidado. Así, sin rentabilidad y sin suficiente apoyo político, es más difícil emprender la necesaria modernización.



”

EL ASOCIACIONISMO AGRARIO NO HA PODIDO CRECER MÁS PORQUE LA AGRICULTURA NO FIGURA EN LA AGENDA POLÍTICA

- En cuanto a nuestra relación con Europa, ¿cómo ha evolucionado en estos treinta años? ¿Tiene voz el sector en este ámbito? Por aquella época (enero de 1993) “caían las barreras para las personas, los capitales y la mercadería dentro de Europa, menos para los productos agrícolas”, argumentaba Vicente Hernández.

Nuestra voz ahora se escucha más en Bruselas, pero continúa sin ser atendida. Bien a través del COPA-Cogeca, bien a través del Parlamento Europeo, bien a través del CESE, trasladamos nuestras reivindicaciones de manera muy clara y documentada. Sin embargo, el peso de la agricultura está siendo cada vez más irrelevante. La

UE ha pasado de defender la preferencia comunitaria a sufrir el síndrome de las neveras llenas, que no respeta adecuadamente la contribución alimentaria, económica, social y ambiental de los agricultores europeos.

- En su opinión, haciendo recopilación. ¿Qué problemas se han convertido en endémicos a lo largo de estos treinta años? ¿Cuáles se han sumado?

Además del problema estructural y de modernización, destacaría la dejadez en materia de investigación agraria. No ha habido una suficiente apuesta por la búsqueda de avances tecnológicos que mejoren la productividad y la adaptación al cambio climático. Solo hay que fijarse en aquellos países que han decidido investigar nuevas variedades de cítricos y que hoy están a la vanguardia. Estamos viendo un cambio de rumbo en el IVIA y en otros asuntos que estamos dialogando con la **Consejería de Agricultura**, pero es necesario traducir los puntos de encuentro en medidas de apoyo.

Entre los problemas que se han sumado en los últimos años resaltaría la imposición de un discurso ecologista radical y demagógico que da la espalda al agricultor y le convierte en un esclavo al que se le imponen muchas limitaciones continuamente y no se le compensan de ninguna manera. Cuidado con estos iluminados de salón que no pisan tierra porque la covid-19 ha demostrado que el aprovisionamiento global es una falacia y no está garantizado siempre.

Me gustaría terminar felicitando a **Economía 3** por el exitoso camino realizado en estos 30 años al servicio de la economía valenciana y con una mejora constante de su revista, que hoy es una referencia de todo el sector. •

Bienvenidos los
inconformistas.

Los que no se rinden.

Eres lo que haces

Estudia Grados, Dobles Grados y Posgrados en Ciencias de la Salud, Comunicación, Derecho, Ciencias Políticas, Arquitectura, Diseño, Educación, Deporte, Empresa, Marketing, Gastronomía y Veterinaria en uno de los campus más internacionales de Europa.



CEU
*Universidad
Cardenal Herrera*

¿Rendirse?



¿Sabías que...



Redacción E3
 redaccion@economia3.info
 Imagen: Archivo

Trabajar para la industria de la automoción es un raro privilegio. Implica rodearse de un clúster que genera una poderosa energía y un círculo virtuoso de mejora constante. Pero son pocas las empresas que pueden superar sus altas exigencias. Y menos aún las que saben convertir esos retos en una potente ventaja competitiva. **Industrias Alegre** es una de esas compañías. Una empresa familiar que ha hecho de la autoexigencia y la innovación su propia tradición y el punto desde el que proyectarse hacia el futuro, preocupada siempre por la sostenibilidad de sus procesos productivos.

Industrias Alegre sorprende. Lleva casi setenta años realizando inyección de plástico y, sin embargo, tiene la cultura, el empuje y la osadía de una joven empresa. Se asienta cerca de Ford, a cuyo lado ha crecido y, a pesar de ello, ha sabido ampliar su negocio y trabajar globalmente para otros sectores de forma sostenible. ¿Su secreto? Rigor, competitividad e innovación.

”

LA INTEGRACIÓN DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS EN PLÁSTICOS, UNA NUEVA LÍNEA DE INNOVACIÓN

Industrias Alegre lleva tres décadas siendo proveedor de primer nivel en inyección de plástico del sector de la automoción y suministrando piezas a más de 20 países. Y eso genera una rica experiencia. Pero lo más valioso es que la compañía ha sabido mirar más allá y, desde los años dos mil, trabaja para aprovechar ese *know how*, abrirse a otros espacios industriales y refor-

zar su internacionalización. Sin abandonar la automoción, Industrias Alegre desarrolla, desde su sede en Albal, otras importantes líneas de acción.

En concreto, la compañía ofrece sus servicios a otros sectores industriales con importantes requerimientos. No solo como fabricantes de excelencia asegurada, sino realizando el desarro-

VICENTE ALEGRE TOMÁS
 FUNDA TALLERES
 ALMAR (AHORA
 INDUSTRIAS ALEGRE)

1966

1953

INICIO DE LA
 FABRICACIÓN DE PIEZAS
 DE INYECCIÓN DE
 PLÁSTICO
VALEPLAST

llo a medida de piezas en plástico inyectado, incluyendo ingeniería y ma-tricería.

Las **soluciones de packaging** son otro de sus pilares, pues ofrece **propuestas de embalajes para diversas industrias**, entre ellas la muy exigente de la agroalimentación. Hoy, su producto estrella es *Hybrid Box*, un contenedor llamado a revolucionar la logística y a ahorrar espacio y millones de metros de film, espuma y cartón usados como envoltorio. Creado con el objetivo de alargar lo más posible la vida del embalaje, desarrolla este proyecto de Economía Circular buscando la unificación de materiales en todo el desarrollo del embalaje, trabajando con aquellos que son más sostenibles.

La **fabricación aditiva** ha sido su apuesta más reciente. Porque complementa la producción tradicional por inyección. Y porque el conocimiento que Industrias Alegre tiene de los plásticos es esencial para trabajar con un equipo de impresión en polipropileno único en España (solo hay cinco más en todo el mundo). Esta tecnología, que facilita la fabricación ágil, introduce a esta empresa de lleno en la industria 4.0.

Tras setenta años de historia, el futuro de la compañía es potente porque lleva en su ADN la capacidad para asumir nuevos retos del mercado. Fundada por **Vicente Alegre** en 1953 como una matricería, tenía ya gran ex-

Instalaciones:

Polonia
30.000 m²

Valencia
37.800 m²

1.095 Profesionales en España y Polonia

4 Países con presencia de Industrias Alegre
Polonia México Rumanía España

109 M€ FACTURACIÓN EN 2019

periencia en inyección cuando **Ford** se instaló en Almussafes. Creció con los desafíos de sus clientes. Y ahora, con el mismo espíritu que demostró su fundador, sigue mirando hacia adelante para ofrecer calidad, innovación y servicio a las industrias más exigentes del planeta.

El poder de la innovación

La innovación y la adaptación a las exigencias del momento han estado presentes en toda su historia, pero fue en el arranque del siglo XXI cuando Industrias Alegre decidió trabajar de forma ordenada para generar buenas ideas. Creó un departamento de I+D+i que, en estas dos décadas, ha demostrado una gran capacidad para generar mejoras incrementales, siempre es-

peradas por los clientes e interesantes cambios disruptivos.

Proyectos tecnológicos como la **integración de componentes electrónicos en materiales plásticos**, abarcando desde el desarrollo de la electrónica flexible hasta el uso de materiales conductores en base polimérica; u otros enfocados a la sostenibilidad, que integran la entrega de paquetería y la recogida de residuos urbanos mediante el uso de robots y conectividad 5G, marcan la línea de innovación de la empresa valenciana.

Además, la innovación en Industrias Alegre se trabaja con un enfoque estratégico y abierto a todos los *stakeholders*. El formato elegido para ello es un club que fomenta y recompensa las buenas ideas propuestas por las personas próximas a la compañía. •

1971 COMIENZA LA PRODUCCIÓN DE PIEZAS PARA AUTOMOCIÓN: PROVEEDOR **SEAT**

1971 INICIA SU RELACIÓN CON **FORD**

1980

1990 **CERTIFICADO Q1** ES LA MÁXIMA DISTINCIÓN QUE **FORD** OTORGA A SUS PROVEEDORES

2005 DISTINCIÓN INTERNACIONAL DE FORD: "FULL SERVICE SUPPLIER" Y SILVER AWARD WORLD EXCELLENCE

2008 PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

2012 CULMINA LA REMODELACIÓN DE LAS INSTALACIONES EN ALBAL (VALENCIA)



Jaime Torres
director general de ESAT

¿Sabías que...

ESAT

INNOVATION SCHOOL

Redacción E3
redaccion@economia3.info
Imagen: Archivo

En 2005, su director general, **Jaime Torres** –ingeniero y auditor informático especializado en programación paralela y distribuida– ex CIO de **Deutsche Bank CV**, junto con su actual equipo fundador (elevados profesionales y premios nacionales en diversas materias del Arte y la Tecnología), tenían una visión clara de cómo quería que fuera la educación técnica superior en materias *Steam*. El alumno debería ser el centro del proceso formativo, y la formación debería ser especializada y a la carta (personalizada), e impartida por profesionales de prestigio, al más puro estilo británico y estadounidense-

“Hacer crecer la industria digital” este es uno de los principales objetivos sobre los que se asienta la ESAT. Una buena muestra de ello son sus exalumnos que los podemos encontrar diseñando películas de Disney o Warner Bros o series de Netflix, y por supuesto, trabajando en empresas tan potentes de videojuegos como Sony, Nintendo, Ubisoft o RockStar

se. Son más de 1.600 solicitudes al año para 100 plazas de primer curso. La selección es el primer paso para la excelencia.

Cubriendo las competencias empresariales

La segunda variable era dar respuesta a las necesidades y competencias que la industria digital iba a demandar en las próximas décadas, y eso se traduce en un profesorado de reconocido prestigio en activo dentro de la industria digital. La transmisión de la realidad empresarial es entonces como la propia ósmosis del conocimiento en las aulas para la próxima remesa

de programadores, diseñadores interactivos o artistas digitales. Consiguiendo una de las tasas de empleabilidad más altas del mercado laboral.

La internacionalización, clave de la empleabilidad

La tercera variable era abrir el campo de juego, es decir, internacionalizar al alumno. Acuerdos de colaboración con algunas de las empresas y universidades internacionales más prestigiosas del mundo de la industria digital, del Diseño y del Arte Digital en el ámbito internacional: **Coventry University** en UK; el prestigioso **Paris College of Arts** en Francia;



la **Kyoto Seika University** en Japón; o la **UCF** en Estados Unidos son claros ejemplos de ello, con un sobresaliente éxito de su alumnado al terminar sus estudios de *Bachelor's Degree*. Estos acuerdos se extienden a otras 106 universidades también en el Reino Unido y más de 300 en todo el mundo.

Una escuela es tan buena como lo son sus exalumnos

Cualquiera que se acerque a un dispositivo digital, *smartphone*, *smarttv*, ordenador o pantalla en general, puede estar utilizando una herramienta, app o programa diseñado por un exalumno de **ESAT**. Películas de **Disney**, **Warner Bros**, **Marvel** o series de **Netflix** tienen en su haber a alumnos que han pasado por sus aulas, y por supuesto de forma especial los videojuegos, ya que empresas tan potentes

como **Sony**, **Nintendo**, **Ubisoft** o **RockStar**, se han beneficiado de los conocimientos transmitidos por la **ESAT** a su alumnado.

La innovación digital como bandera

La investigación y el diseño digital aplicado han sido otro de los motores de su éxito. No solo formar en las aulas, sino también promover el talento y apoyar nuevos proyectos innovado-



**JAIME TORRES,
DIRECTOR GENERAL
DE ESAT: “NO SE DARÁ
LA DIGITALIZACIÓN
ESPERADA EN NUESTRAS
EMPRESAS SI NO
HAY MANO DE OBRA
CUALIFICADA PARA
LLEVARLA A CABO”**

res. Su vehículo para estar en contacto con la industria es **ESAT-iLAB**, una *spinoff* basada en computación gráfica VR-AR-MR, que surgió con la misión de apoyar el ecosistema de *startups* innovadoras de sus alumnos, con proyectos que engloban campos como la telemedicina, los *serious games* o videojuegos. Son numerosos los proyectos que cosechan grandes éxitos empresariales a lo largo de toda Europa, América y Asia, como el **Harddiskmuseum.com**, el primer museo digital almacenado en una cadena de ADN.

Hablando de ADN, todo esto es lo que configura el ADN de la **ESAT Valencia**: la pasión de su profesorado, el éxito de su alumnado y mantenerse en contacto con la industria digital y del diseño interactivo internacional.

No cabe duda de que **ESAT** evolucionará con esta innovación para seguir formando a la élite digital. ●



¿Sabías que...



Redacción E3
redaccion@economia3.info
Imagen: Archivo

La tecnológica se ha trasladado este mes de mayo a sus nuevas oficinas ubicadas en la Base 1 de **La Marina de València** en la que se instalarán sus más de 115 empleados. Este cambio de sede trae consigo un cambio de filosofía y nuevo modo de concebir y vivir el trabajo, mucho más flexible, abierto y colaborativo.

Un edificio vanguardista y multidisciplinar de más de 3.000 metros cuadrados que se encuentra en la primera fase de la obra. Por ahora, estará operativa la segunda planta de la nave que es donde se ha instalado provisionalmen-

La tecnológica Zeus, referente en el diseño y desarrollo de dashboards de negocio para empresas, inaugura su nueva sede ubicada en La Marina de València. Un traslado que trae consigo una nueva forma de entender el trabajo, mucho más flexible y colaborativo.

te el equipo. La siguiente fase se estima que concluya en junio, donde ya se podrá hacer uso de la primera planta del edificio, destinada a espacios multiusos donde se organizarán reuniones, eventos y habrá zonas de ocio, gimnasio y servicios de fisioterapia para el equipo, entre otros. Está previsto que la obra termine totalmente a principios de 2022. El edificio se ha concebido como un centro de trabajo y formación de

alto rendimiento centrado, no solo en el desarrollo de productos tecnológicos disruptivos, sino también en la difusión de conocimiento y contenido de valor dentro del entramado empresarial.

Majo Castillo, CEO de Zeus, recalca que *“estar ubicados en el polo tech del emprendimiento valenciano supone para nosotros un cambio a la hora de gestionar la compañía. Una oportunidad única para crear sinergias con otras startups y para apostar por la generación y atracción de talento, tratando de alcanzar el equilibrio perfecto entre el desarrollo profesional y el bienestar personal de los empleados”*.

Zeus, posicionada como empresa líder en el análisis, gestión y visualiza-

”
ZEUS AYUDA A LAS EMPRESAS A CONVERTIR LA INFORMACIÓN EN CONOCIMIENTO A TRAVÉS DE DASHBOARDS DE NEGOCIO



ción de datos, ayuda a las empresas a convertir la información en conocimiento a través de *dashboards* de negocio. El proceso engloba todo el viaje del dato: desde la conexión, almacenamiento y procesamiento hasta su visualización, despertando emociones y motivando a los equipos de trabajo.

Su especialidad pasa por la democratización de la información entre los equipos de trabajo y se han posicionado como grandes expertos en el diseño y desarrollo de *dashboards* en grandes formatos para empresas tales como **Telefónica, Banco Santander, EY, Cepsa, Seat** o **Just Eat**, entre otras.

Además, la tecnológica, en su afán por seguir desarrollando productos totalmente innovadores y a la vanguardia, lanzará en los próximos meses **Zeus Pro**, la mejor forma de tomar decisiones con datos *real-time* a través del móvil. Desde la aplicación no solo



”
UNA DE LAS PREMISAS DE LA EMPRESA PASA POR PONER A LAS PERSONAS COMO FOCO Y CENTRO DEL NEGOCIO

podrán compartirse informes con un solo clic, sino que también se podrán establecer alertas ante eventos importantes, generar conversación a través del chat, etc.

Una de las premisas de la empresa pasa por poner a las personas como foco y centro del negocio, haciendo la información mucho más accesible a los equipos y dándoles plena autonomía para tomar decisiones de forma ágil. Un modo disruptivo de dar paso a la transformación digital en las compañías a través de los datos y visualizándolos en *dashboards* que se adaptan tanto a pantallas de TV, PC e incluso móvil. Y es que el mundo en el que nos encontramos y, sobre todo, el mundo hacia el que vamos, es un mundo para empresas *Data Driven*: empresas que se manejan a través de los datos y toman decisiones teniendo en cuenta. ●

El economista y profesor José M^a Gay de Liébana participó en el Ciclo de Conferencias del 30 Aniversario de **Economía 3** y expuso los seis retos de la economía española

“La economía no se recuperará hasta 2025”

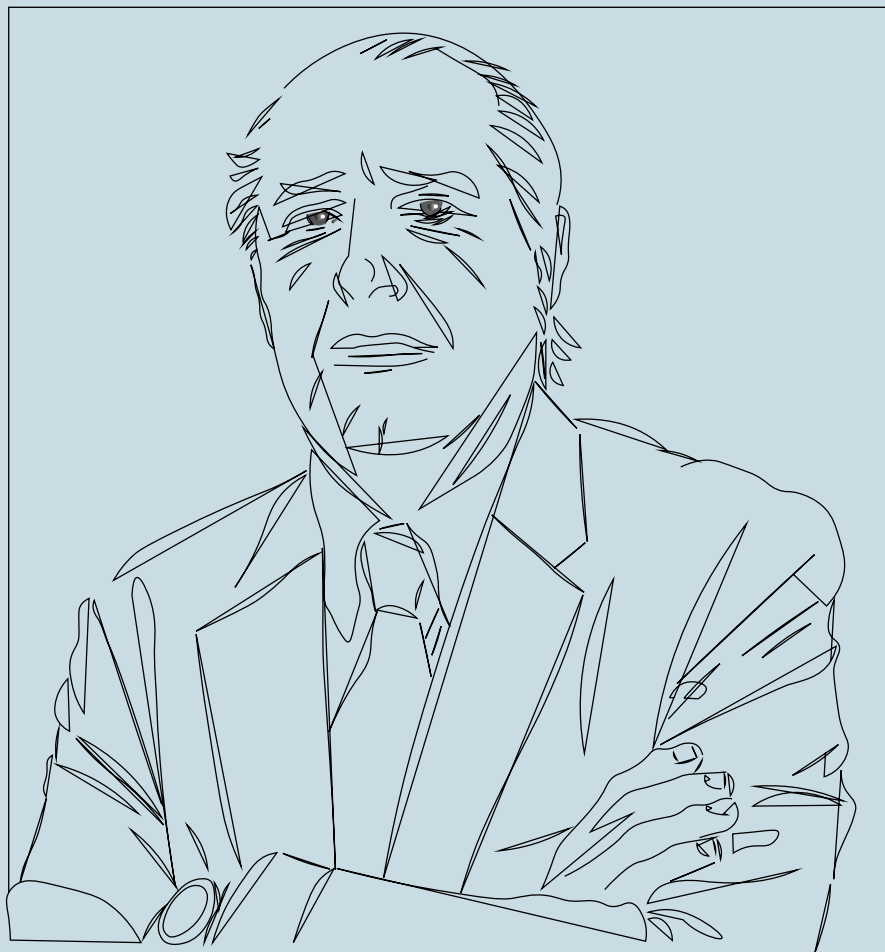
Ana Gil y Fernando Arufe
redaccion@economia3.info
Ilustración: Daniel Sirera

Aunque todo apunta a que la economía mundial recuperará este 2021 lo retrocedido en 2020, sobre todo por “*el tirón de aquellas economías que han dado mucho apoyo fiscal a su tejido productivo y empresarial*”, el profesor **José M^a Gay de Liébana** advirtió, durante el ciclo de Conferencias con motivo del 30 Aniversario de **Economía 3**, del desequilibrio y riesgo que pueden sufrir las economías avanzadas y, más concretamente, la española, la cual no prevé que recupere niveles prepandemia hasta bien entrado 2024 o inicios de 2025.

Por países, el panorama para este 2021 que describió el economista es el siguiente: “*Las previsiones de crecimiento de EE.UU. son del 6,4 %, absorbiendo la pérdida del 3,5 % del año pasado. Respecto a China, que en 2020 acabó creciendo un 2,3 %, este año superará el 8 %*”.

“*Por tanto, aunque en 2020 se confirmó el predominio económico mundial de EE.UU. con respecto a China, se ha recortado la distancia, ya que China no solo crece por la vertiente comercial, sino también por el aspecto tecnológico*”.

Mientras, la zona euro, que cayó el año pasado el 6,6 %, seguirá sufriendo la embestida de la crisis. Así, el FMI



prevé una recuperación del 4,4 %, es decir, “*Europa queda castigada, ya que no va a ser capaz de regenerarse de la pérdida del año 2020*”.

Si bien, expone que habrá diferencias entre los Estados “*mejor y peor apoyados*”.

No obstante, España será la peor parada, “*con una caída que el INE cifra en el 10,8 % y el FMI en el 11 % en 2020,*

veremos de qué somos capaces en este 2021”, dudó el profesor.

Se prevé una recuperación del 6,4 % “*si todo fuera bien*”. “*Esto es, si llega la normalización, para lo que es indispensable la vacunación*”, y advierte: “*cualquier retraso, así como los costes en materia de política fiscal pueden detraer la economía*”. Por tanto, el profesor vislumbró una recuperación económica en for-

ma de K, “con países, sectores y empleos que irán hacia arriba en el nuevo entorno y orden socioeconómico”, y “países, sectores y empleos que lamentablemente desaparecerán, retrasando la recomposición de nuestro país al menos hasta 2024”, concretó Gay de Liébana.

¿En qué datos se basa para no hablar de recuperación antes de 2024-2025?

En primer lugar, dudó que el “puente de mando y la tripulación de la nave,

que es este país, desde el punto de vista político, pueda enderezar el rumbo en los próximos años”.

En segundo y tercer lugar, señaló algunas debilidades de nuestro modelo productivo y la “vulnerabilidad de las finanzas públicas”.

Destrucción masiva de empleo

En concreto, destacó el gran impacto económico en España, fundamentalmente por el peso del sector servicios

y de la industria social, con lo que ha augurado un “guillotino tremendo al empleo”.

En este sentido, no solo se refirió al sector turístico, sino también a “grandes grupos bancarios y empresariales que están planteando ERE tremendos”.

Así, nos encontramos con que España es el país de la UE con la tasa más alta de paro, 16,1 %, sin computar a las personas en ERTE o situación especial, con lo que nos iríamos al 22-23 %; con el gran problema añadido del paro juvenil, que alcanza al 40 % de nuestros jóvenes menores de 25 años.

Deuda pública

El gasto público en España en 2020 fue de 586.000 millones (más del 52% del PIB), mientras que los ingresos totales ascendieron a 463.000 millones, lo que deriva en un déficit de 113.000 millones. Mientras, la deuda pública española bate un nuevo récord: 1,366 billones de euros, que equivale al 121,8% del PIB.

Si tenemos en cuenta todos los pasivos exigibles del conjunto de las administraciones, la cifra alcanza el 177% del PIB, “por tanto tenemos un cuadro desolador de las finanzas públicas con lo que ahora quieren aumentar los impuestos”, evidenció. •

Gay de Liébana: retos de la economía

Las ‘perlas’ de Gay de Liébana

- “En el año 2020 estamos tomando las mismas medidas contra la pandemia que en la Edad Media”.

El profesor universitario se dejó pocos temas en el tintero. Cómo no, la pandemia surgió durante sus respuestas a los responsables empresariales que plantearon sus cuestiones. Gay de Liébana recordó que hace un año España estaba confinada. Por ello, criticó que se tomaran medidas como estas, propias de “la Edad Media”. “Mucho progresismo pero al final nada de nada”, añadió.

- “Yo no tengo la culpa de que la economía vaya como va. El que la tiene es el que va en el Falcon”.

En esta misma alocución, Gay de Liébana dejó caer otra de sus explosivas afirmaciones. Se acordó del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, para explicar que, en estas ponencias, él no hace un análisis pesimista, sino descriptivo. “Yo no tengo la culpa de que la economía vaya como va. El que tiene la culpa es el que va en el Falcon. Yo soy un narrador de la economía, no es que sea pesimista”, apuntó.

- “Los fondos europeos van a ser la Superliga de unos pocos”.

Otro de los asuntos que trató Gay de Liébana fue el de los prometidos



fondos europeos. El protagonista de la conferencia defendió que “el dinero se tendría que repartir por capilaridad” para, a continuación, preguntarse “quién diantres va a repartir los fondos europeos”.

“El que lo reparta tiene que conocer la economía española. Los fondos deben destinarse a las empresas que tienen un efecto tractor. Yo me temo que las pymes y los autónomos se van a quedar fuera de juego. Los fondos europeos van a ser la Superliga de unos pocos. Creo que van a ir a unas pocas manos y ya me imagino qué manos van a ser”, zanjó el economista.

Esta conferencia contó con el patrocinio de:

 **Infocif**

 **orange™**

iberCaja 

Pautas de la AEAT para determinar el rango de mercado en los precios de transferencia

Lorena Colomer
Garrigues
Lorena.colomer@garrigues.com
www.garrigues.com



NO SE PRACTICARÁN AJUSTES SI EL PRECIO DE TRANSFERENCIA ESTÁ DENTRO DEL RANGO DE MERCADO.

SALVO QUE LOS VALORES DE LA MUESTRA SEAN MUY FIABLES Y RELATIVAMENTE IGUALES, SE UTILIZARÁ EL RANGO INTERCUARTÍLICO.

SI EL PRECIO ACORDADO ESTÁ FUERA DE ESTE RANGO, EL AJUSTE SE REALIZARÁ A LA MEDIANA.

La AEAT ha clarificado recientemente su criterio respecto de varias cuestiones problemáticas relativas a la utilización de rangos de valores para determinar el valor de mercado en la comprobación de los precios de transferencia.

Entre las cuestiones analizadas en la nota, publicada el pasado 24 de febrero, destacan las pautas marcadas por la AEAT en relación con la selección del punto más apropiado dentro del rango de mercado, cuestión tradicionalmente controvertida en las comprobaciones de precios de transferencia.

Entrando en materia, la AEAT reconoce que, aunque en ocasiones será posible determinar el valor de mercado por referencia a una cifra única (precio o margen), la determinación de los precios de transferencia no constituye una ciencia exacta y lo más habitual será acudir a un rango de valores, todos ellos relativamente igual de fiables.

Y siguiendo las directrices de la OCDE aplicables en materia de precios de transferencia, la nota de la AEAT da unas pautas respecto del proceso para determinar el rango de valores de mercado.

En primer lugar, uno de los aspectos positivos de la nota, es que la AEAT reconoce que si todos los valores obtenidos de la búsqueda de comparables, tras la eliminación de las operaciones que tengan menor grado de comparabilidad y la realización de los ajustes de comparabilidad, son muy fiables y relativamente iguales, se podrá utilizar el rango completo comprendido entre el valor mínimo o máximo resultantes. En tal caso, si el valor declarado por el contribuyente está dentro de este rango no procederá ningún ajuste de valoración, en cambio si el resultado está fuera del rango, el ajuste de valoración se realizará al punto más próximo dentro del rango completo.

Aunque la AEAT no aclara qué se entiende por “*resultados fiables*” o “*relativamente iguales*”, parece que excluye de es-

Lorena Colomer.

Es socia del departamento de Derecho Tributario de Garrigues, firma donde ha desarrollado su carrera profesional desde 1999. Especialista en Fiscalidad Internacional y asesora de manera recurrente a grupos multinacionales en materia tributaria, y en particular en relación con procedimientos de comprobación en materia de precios de transferencia.

te supuesto, los casos muy habituales en los que la selección de comparables se haya realizado a través de bases de datos externas (*benchmarks*), o exista una elevada dispersión en el rango de valores.

En estos supuestos advierte la AEAT que lo usual es que subsistan defectos de comparabilidad que no puedan identificarse o cuantificarse. En tal caso, la AEAT considera que deben utilizarse herramientas estadísticas para mejorar la fiabilidad del análisis, excluyendo los valores que se encuentren fuera del 1er y 3er cuartil.

Otro aspecto destacable, es la confirmación de que tampoco procederá ningún ajuste de valoración si el valor declarado por el contribuyente está dentro de rango intercuartílico, aun cuando subsistan defectos de comparabilidad. En cambio, si el valor declarado por el contribuyente está fuera del rango, entiende la AEAT que el ajuste debe realizarse a la mediana, salvo justificación para elegir otro punto concreto del rango, recayendo, según la AEAT, la carga de la prueba en quien pretenda hacer valer este otro punto.

Esta interpretación, que llevaría en la práctica a presumir que cualquier estudio de *benchmarking* adolece de defectos de comparabilidad, podría ser cuestionable a la vista de la Sentencia de la Audiencia Nacional de 6 de marzo de 2019, de la que se desprende la necesidad de acreditar la existencia de defectos de comparabilidad para utilizar la mediana al realizar los ajustes de valoración.

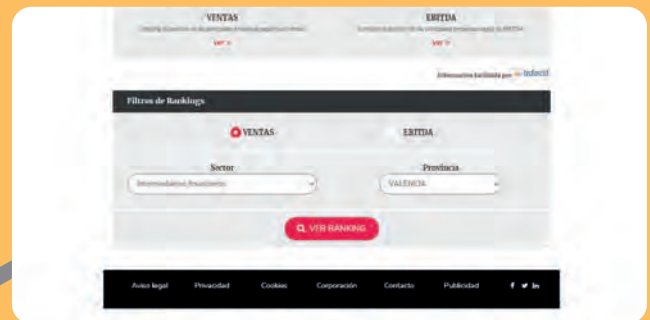
A la vista del enfoque de la AEAT respecto a la determinación y aplicación del rango de mercado, resulta necesario que las empresas revisen su documentación en materia de precios de transferencia y en particular los análisis económicos y estudios de *benchmarking*, recomendándose la identificación y utilización prioritaria de comparables internos en caso de que los hubiera. •

Nueva sección de RANKINGS en www.economia3.com

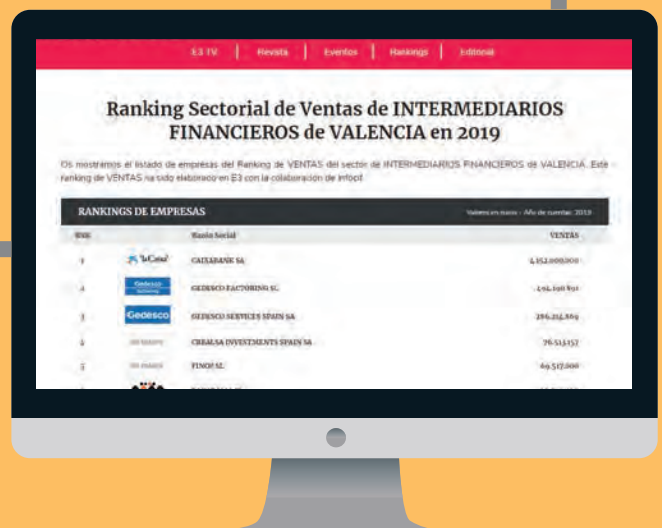
Las empresas ¿crecen?, ¿ganan dinero?, ¿son rentables?, ¿cuánto empleo generan?, ¿cuánto contribuyen al PIB? Estas y otras cuestiones se responden en la nueva sección de nuestra página web que os presentamos en este número. Se denomina **RANKINGS** y en ella podréis encontrar los diferentes listados de empresas que vamos publicando cada mes en nuestra revista impresa.

Asimismo, se pueden realizar diferentes filtros por sector y provincia, para que podáis crear vuestro Ranking personalizado.

La sección ha sido elaborada gracias al acuerdo de colaboración que **Economía 3** mantiene con **Infocif**, el mayor portal de información empresarial del mercado.



Una vez obtenido el Ranking, se puede acceder a la ficha de cada empresa, donde se recogen los siguientes aspectos; información económica financiera, interpretación de los ratios expuestos, datos sectoriales y aspectos de comunicación que la empresa nos haya transmitido.



La compraventa de empresas se acelera con la pandemia

¿Quién ha comprado y ha vendido empresas desde que se declaró la pandemia? Te dejamos una selección de las 100 compras más sonadas en toda España en los últimos 12 meses. El capital riesgo muestra su músculo financiero y las compañías con capacidad para invertir buscan oportunidades.

Ana Gil
Gráfica: Daniel Sirera
ana.gil@economia3.info

- Empresa que se vende
- Modalidad de adquisición
- Entidad Compradora
- Origen de la entidad compradora
- Ubicación de la empresa que se vende

Biosearch
 Pres. OPA (2,2€/a) con aval por 126,9 M
 Kerry Group
 Irlanda **GR**

MCH Investment Strategies
 Part.40%. MCH Private Equity sale del accionariado
 Alantra Private Equity
 España **M**

Quabit Inmobiliaria
 Quabit mant partic. 7% y Neinor del 93% **Neinor Homes** (tb adq. 75% Renta Garantizada) España **M**

Orienta Capital
 Partic. 40% (podrá llegar al 80% en 2023)
 Mutua Madrileña
 España **M**

Grupo Igualatorio Cantabria
 Adq. 98% por 48,3 M
 AXA Seguros
 España **S**

Ence Energía
 Adq. 49% a Ence Energía y Celulosa por 359M
 Ancala Partners
 Reino Unido **M**

Euskaltel Present. OPA (11,17€/a). Total oper. 3.450,2M
 Masmóvil (tb adq. Ahí+)
 España, USA, UK, Alemania y Suiza **PV**

Elawan Energy
 Part. 80% por 960 M\$. ACEK mantiene 14% y Clear Wind 6%
 ORIX Corporation
 Japón **M**

Euvitro (Grupo Eugin)
 Adq. comp. Vende NMC por 430 M
 Fresenius
 Alemania **B**

Angulas Aguinaga
 Adq. 50,1% a Portobello y fam. fundadora (mant. 49,9%)
 PAI Partners
 Francia **PV**

Destina Logística
 Adquiere compañía
 Ontime España **M**

Intelinova Software (Trainingym) **AL**
 Adq. 70% a Ingesport Health & Spa Consulting
 Gtak Capital España

Cashdiplo (Cash&Carry)
 Vende 100% supermercados Supersol **Directivos de Supersol y Cashdiplo**
 España **M**

Eurocontrol Adq. 80% a Técnicas Reunidas por 25M
 Apave International
 Francia **M**

Moovecars
 Part. 30% (iny. 5 M\$ y compromis. 185 M\$ en 8 añ.)
 Uber Technol. USA **M**

BR Grupo de Empresas, Br2 Dynamic, Fuerzas Eléctricas de Zaragoza y Zarsol
 Adq. por 70M **Plenium Partners** España **ZA**

Papelera del Principado
 Adq. por 31,2M (incl. Ondupacart, Cogeneració del Pla y Fergerdell) **Reno de Medici** Italia **LL**

Alprom Fundición Aluminio
 Adq. 51,35% y tb Turnatorie Iberica por 16,5 M
 NBI Bearings Europe
 España **BU**

Autogrill Iberia
 Vende Autogrill Europe (12M)
 Areas (filial de PAI Partners)
 Francia **M**

Conversia
 Vende HFL Mangement Group por 47 M
 Grupo Aspy
 España **M**

Lácteos Caprinos
 Adq. 80% a Emmi AG
 Lácteas García Baquero
 España **J**

Grupo Gallardo Balboa
 Vende Kohlberg Kravis Robert por 120 M
 Cristian Lay
 España **BZ**

DEXMA Sensors
 Adquiere 100% compañía
 Spacewell (gr. Nemetschek)
 Bélgica **B**

X-ELIO Energy **M**
 Adq. por 500 M cartera de 0,5 GW de fotovoltaicas
 China Three Gorges Europe Luxemburgo-China

Hospital Clínica La Salud
 Adq. por 4M a Alter Capital (62%) y Headway Capital Part.
 Grupo Hospitalario HLA (Asisa) España **CA**

EDP Renováveis
 Adq. 100% por 507 M
 Finerge
 Portugal **AS**

Iberchem
 Vende Eurazeo (820 M)
 Croda International
 Reino Unido **MU**

El mapa de las adquisiciones en España



Las 50 mayores compras de empresas de la Comunitat

La industria y los servicios relacionados con la tecnología y la sostenibilidad copan las grades ventas en la CV. En la mitad de las transacciones está involucrado un comprador internacional. Mientras el capital riesgo o private equity está detrás de casi un 50 % de las operaciones cerradas en el último año

Ana Gil
Gráfica: Daniel Sirera
ana.gil@economia3.info

Empresa que se vende
Modalidad de adquisición
Entidad Compradora
Origen de la entidad compradora
Ubicación de la empresa que se vende

Equipe Cerámicas
Vende **Miura**, que junto fam. fundad. mantiene part. minorit. **Italcer** (respaldo **Mandarin Capital Partner**)
Italia **FI**

Construplas (Acquabella) Vende part. may. MBO & Co y Aquasourça. Benavent sigue dir.
Cranemere Group (crea **The Engineered Stone Group** y adq. tb Marmite, F&D Group y McBath)
UK **VL**

Gimeno Logística Portuaria Adq. compañía
Portsur Castellón (part. al 51% por **Kartesia**, en operación de canje deuda por acciones)
España **CS**

Unión Vinícola del Este
Adq. part. de su hermano y primos (fund. Freixenet)
Agustina, Montserrat y Carmen Hevia Ferrer
España **RE**

Antonio Llusar y Cia
Adq. compañía (familia seguirá gestión) **MCH Private Equity** y **SanLucar Fruit**
España **XL**

MYR Cerámica
Adquiere compañía
Azuliber
España

VAG
GAP Cooperativa, propiet. de VAG vende el 90%
Neoelectra
España **CS**

Zeleros Inyec. 7 M
Altran, Red Eléctrica, Goldacre Ventures, Road Ventures, Plug and Play, Angels y MBHA
Francia, UK, Suiza, USA, España **V**

McBath Nazca vende 100%, continúa equipo direct.
The Engineered Stone Group (tb. Marmite, Acquabella y F&D Group)
Reino Unido **RB**

Ramafrut
Adq. partic. tras adquirir su deuda por 7 M
Moreno & Peñas Castle Group
España **BE**

Gaolania Servicios
Adq. participación mayorit. de Angels Capital
Repsol
España **V**

Lucera
Adq. participación may.
Masmovil
España **V**

Diseño y Mantenimiento de Plantas Frigoríficas (R&M)
Part. may. del fondo y Ricardo Mayor, fundador, perman. minorit.
Ufenau Capital Partners AG
Suiza **PA**

Royo Group (RGIB)
Adq. 75% (compra 62% a HIG Capital y familia Royo permanece con 25%)
Roca Group
España **QP**

Energías Renovables de Vila-real Uno, Dos, Tres y Cuat.
El fondo adq. compañías a Facsa (Grupo Gimeno)
Lynx Renovables Iberia
España **CS**

Azulev Adq. 100% al equip. direct. que adq. la empresa a MCH Private Equity y GED
Roig Cerámica (Rocersa) (del fondo Avenue Capital)
USA **ON**

Continental Worldwide Logistics Adq. compañía
Manuport Logistics
Bélgica **V**

El mapa de las adquisiciones en la CV

VLC Photonics
 Participación mayorit.
Hitachi High-Tech Corporation Japón **V**

CLEM
 Adquiere compañía
General de Alquiler de Maquinaria España **QP**

Alnut (Alimentacion y Nutricion Familiar) **CA**
 Part. 60%. Perman. 40%
 Foodiverse **DeA Capital Alternative Funds** Italia

Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret. (Alc. Terminal)
 La turca vende la planta alicant. que adq. a Cemex
Cementos Molins **A**
 España

Guzman Polymers
 Adq. partic. mayorit.
Hromatka Group Management AG
 Austria, Suiza **V**

Forms and Design in Shower Tray y Akire Style
 Adq. compañías (F&D Gr)
The Engineered Stone Group (tb. Marmite, Acquabella y McBath) UK **EL**

Eurocebollas
 Inv. minor. 10,4M, la fam. Alberola Vercher cont. dir.
Nazca Capital **AZ**
 España

Lucero de Levante
 Adquiere compañía
Grupo Berdin
 España **A**

Prosolia Energy
 Inyecta capital a través Capenergie 4
Omnes Capital Francia **V**

Ibertex Etiquetaje Industrial (Eti-Textil)
 Adq.comp. \$19.6 million
CCL Industries Inc.
 Canada **EL**

Sabadell (depositaria)
 Adq. 115 M **BNP Paribas**
 Francia **A**

Jofel Industrial
 Adq. comp., seguirá dirigida por Luis Gómez Sierra
CFS Brands (del fondo The Jordan Company) **A**
 EE. UU.

Crealsa Investments
 Adq. part. Molina y Chisbert, cofund., mant. partic.
IMAN Capital Partners
 Reino Unido **V**

Vila Grancha **BN**
 Adq. 80% por 6 M (Sánchez y Vila mant. vinculac.)
Indes Capital España

Industria de Maquinaria Luzzisa (Luzzysa)
 Adq. (mant. equip dir)
Bucher Unipektin AG
 Suiza. **PU**

Instituto Oftalmológico Palomares
 Adquiere compañía
Grupo Miranza, respaldado por **Magnum Capital**
 España **BD**

Imex Products
 Adq. participac. por 37M
Atitlan Capital
 España **TD**

Quibim Inyec. 8 M
Amadeus Capital, Adara Ventures, Apex Ventures, Partech, Crista Galli Ventures y TechTransfer UPV (Clave y Angels) España **V**

Indual Mobiliario
 Adquiere compañía.
Bocorp B.V
 Países Bajos **V**

Crevision, Tele Crevillent e Interfibra Telecom.
 Adq. a la familia Miralles
Cableworld, a su vez adq. por **Asterion Industrial Partners** España **CR**

Emotion Research Lab
 Adquiere compañía
Uniphore Software Systems Private Limited
 India **V**

Gero Residenciales Solimar
 Adq. a Esbaf y Transmetropolitano por 42M (M. Penadés sigue dir.)
Vivalto Vie
 Francia **V**

Guillem Export
 Adquier. particip. mayor.
Atitlan Capital
 España **XE**

Drivalia Car Rental
 Adquier. 100% compañ.
Leasys, filial de **FCA Bank** Italia **OR**

XE
 Xeres

BD
 Benidorm

Tecnología de Corte e Ingeniería (TCI Cutting)
 Adq. part. 25,46% a través del Fondo SOPEF
MCH Private Equity
 España-Omán **GU**

Mistol
 Adq. marca a Henkel Ibér.
ORO, del grupo **Altair**
 Francia **SN**

BN Beniparrell
CA Carlet
GU Guadassuar
AZ Alzira

A Alicante
EL Elche
CR Crevillente
OR Orihuela

Ana Gil

Imagen: Archivo

ana.gil@economia3.info

El mercado de las fusiones y adquisiciones de empresas (M&A) en España no cabe duda que ha sufrido a raíz de la pandemia, "las operaciones se han retrasado" e "industriales y fondos han centrado sus esfuerzos en que sus empresas funcionasen bien para minimizar el impacto de la crisis". No obstante, el "rebote" está siendo "espectacular" como nos confirma Neil Collen, socio director de Livingstone Partners, un referente en M&A en todo el mundo.

- ¿Qué análisis haríamos de 2020?

- Con el estallido de la pandemia hubo una caída muy importante en el número de transacciones, compensado con un rebote inesperado en el segundo semestre y primer trimestre de 2021 que ha dado lugar a una recuperación más rápida de lo previsto, además manteniendo las valoraciones previas. Si bien, la realidad es que 2020 cerró con menos transacciones a nivel mundial que 2019, registrándose en Europa el menor número de transacciones desde 2013. No obstante, en términos de volumen (valor de las mismas) se ha mantenido bastante bien, porque ha habido operaciones "gordas".

- ¿Qué inversión se ha retraído más?

- Sobre todo ha caído la inversión de grupos y compañías fuera de Europa, que han descendido hasta niveles de 2009 (-25 %). Y es lógico porque las restricciones a la movilidad han sido cruciales. Aunque las conexiones *online* son magníficas, al final, cuando uno está tratando de comprar una empresa, que tiene su complejidad, el *feeling* personal es necesario, hay que saber si encajan las culturas y eso requiere verse las caras. Además, durante la prime-



Neil Collen, socio director de Livingstone Partners en CV

"Es buen momento para pensar en vender"

España siempre ha sido un buen mercado para buscar oportunidades. Fondos de capital riesgo nacionales e internacionales así como corporaciones de mayor tamaño buscan en empresas familiares de toda España una ocasión para seguir creciendo en nuestro país.

ra parte de la crisis también el *private equity* se centró en asegurar que las empresas de sus portafolios funcionasen bien, se enfocaron en sus necesidades y dejaron de mirar al mercado.

- ¿Qué se puede esperar de 2021?

- Lo cierto es que el primer trimestre de 2020 registró mucha actividad –ya

que el impacto solo se notó hacia finales– y por tanto, en este primer trimestre, a escala global, todavía estamos por debajo tanto en número de operaciones como en volumen. En el caso de España hablamos de un 20 % aprox.

Cerciorarse hasta el último día

- ¿Y para el resto del año?

- La inversión, aunque hay mucho apetito, seguirá siendo cauta. Creo que el volumen de transacciones seguirá siendo algo más bajo que en los últimos años porque todavía no se percibe claramente el impacto real económico de

”

HAY SECTORES QUE ESTÁN FUNCIONANDO MUY BIEN Y CON VALORACIONES ALTAS, MOMENTÁNEAMENTE



la pandemia. Hay mensajes contradictorios, por un lado, en el sur de Europa sabemos que el turismo lo va a seguir teniendo difícil, pero por otro, sabemos que vendrá una inyección de fondos que beneficiará a sectores como infraestructuras, energía, tecnología... Esto unido al gran volumen de liquidez que hay en el mercado, nos hace pensar que habrá empresas y sectores que seguirán sufriendo, mientras otros se venderán muy bien. No obstante, repito, vemos que los inversores están siendo cautos porque no pueden predecir a medio/largo plazo la economía y por tanto, las transacciones están tardando más en cerrarse.

- Quieren asegurarse de que hacen una buena compra...

- Exacto, como pagan un buen precio quieren saber que es una buena inversión. Buscan cerciorarse al máximo de que la empresa sigue marchando bien, de que las previsiones se cumplen... Por tanto, se alargan los procesos de contraste de información, y con ellos, el cierre de la operación.

Un año para cerrar una venta

- ¿De cuánto tiempo hablamos?
- Desde el momento que alguien de-

cide vender y contrata a un asesor hasta que se alcanza la venta se tarda aproximadamente un año. Depende mucho de cómo de preparada y estructurada tenga el empresario la información. Algo que es esencial para construir un plan de negocio que dé cuenta del sector, del posicionamiento de la empresa, de sus capacidades... una información que tarda un par de meses en prepararse. Después hay que contactar con todos los potenciales inversores y mantener reuniones preliminares (2-3 meses) y por último, avanzar en el proceso para contrastar toda la información (otros 2-3 meses) y un mes más para la firma de contratos. Si bien, el año pasado cerramos una operación en dos meses, porque la empresa ya contaba con toda la información redactada y había un grupo del sector interesado que sabía muy bien qué análisis concreto de la empresa le interesaba. Pero eso es algo excepcional.

Buenos precios

- Es curioso que, a pesar de las caídas, se estén manteniendo los precios...

- Sí, los múltiplos del beneficio operativo (Ebitda) que se están pagando se han mantenido firmes en prácticamente todos los sectores, y es así porque hay mucho dinero en el mercado. Ten en cuenta que, también la bolsa ha rebotado, con lo cual, si el valor de tu empresa cotizada crece esto te permite pagar un poco más sin diluir tus resultados.

- ¿Qué sectores son más atractivos?

- El sector tecnológico ha registrado muchas transacciones, pero también la



**A VECES POR TAMAÑO,
EL PRECIO ES MENOR A
SUS EXPECTATIVAS Y
DECIDEN NO VENDER**

industria y los servicios, con productos de consumo que han funcionado muy bien.

- ¿Cuál es vuestra función como asesores en una venta?

- Ayudar al empresario, pensando realmente en lo que él quiere. Le ayudamos a plasmar tanto a nivel financiero como literario ese plan estratégico, sabiendo que solo podrá vender caro si tiene muy bien armados los argumentos de por qué su empresa vale lo que él cree que vale. Es decir, demostrando en un plan realista que si uno invierte X se va a duplicar o triplicar ese valor de aquí a cinco años y eso no se improvisa. Además, identificamos tanto a los financieros como industriales que mejor pueden valorar la empresa. En el caso de **Livingstone**, como tenemos un ojo en el exterior (a través de nuestras oficinas), observamos tendencias, sabemos cuáles son los últimos múltiplos que se están pagando en todos los mercados, detectamos potenciales compradores que no estaban en el radar del vendedor, etc.

Una montaña rusa de emociones

- Y también será fundamental la experiencia, porque no será sencillo.

- Exacto, además hay que preparar mentalmente al empresario para esta montaña rusa emocional que es la venta, preparar al equipo para contestar a las preguntas de los compradores y organizar el proceso de *due diligence* que es muy farragoso y complicado. Tener a alguien que le quite ese peso al equipo directivo es esencial, porque de lo contrario, deja de concentrarse en el día a día de la empresa para hacerlo en la transacción y el negocio sufre.

Capital riesgo vs competidores

- ¿Qué recomendaciones de capital riesgo u otros grupos industriales? ▷

- Si la persona que vende quiere jubilarse y no tiene sucesión o equipo directivo profesionalizado, es más sencillo pensar en un industrial que entienda el negocio y después de un periodo de transición se haga cargo de él, asegurando su futuro y continuidad.

Pero si el empresario quiere solo vender una parte de la compañía porque todavía tiene energías suficientes para acometer una segunda fase –preparando ya la empresa para esa venta industrial y su salida en unos 4 o 5 años–, el capital riesgo es una alternativa tremendamente válida. Con ello, lo que consigue es asegurar el patrimonio familiar en esa primera operación y volverse un poco menos conservador (con el apoyo que supone el socio externo y con parte del patrimonio protegido) y entonces ataca con mayor agresividad el mercado. Mientras, el capital riesgo, con un conocimiento estratégico, con contactos a escala mundial... ayuda a preparar la empresa para esa salida mutua a 4-5 años vista.

- **¿Y qué es lo más habitual?**

- Cuando hay cierta concentración en el sector pero todavía hay espacio para moverse, el capital riesgo es muy válido para liderar parte de esa concentración; mientras que si el sector está más consolidado y requiere grandes inversiones tecnológicas para avanzar tiene más sentido intentar vender a un competidor más grande, porque si no, te puedes quedar fuera al no tener un balance fuerte para acometer inversiones. Esto es lo que está pasando por ejemplo en el sector cerámico.

El capital riesgo made in Spain

- **¿Cómo se defienden los fondos españoles frente a los internacionales?**

- Lo hacen muy bien, salvo en operaciones muy grandes, adquisiciones internacionales donde por volúmenes y experiencia todavía se quedan fuera. Pero el día a día en España no es ese. Hablamos de empresas familiares con un tamaño más reducido donde nuestros fondos funcionan muy bien. Además, han evolucionado mucho, no solo en el abanico de oferta que ofrecen (minorías, fondos de deuda... hay más sofisticación), si no también, en el hecho de aportar algo más que dinero. Aportan valor a nivel estratégico, apuestan por reforzar equipos, por aplicar las mejores prácticas que han funcionado en otras empresas, saben posicionar e internacionalizar compañías, etc.

” **SI EMPIEZA A HABER CONCENTRACIÓN EN EL SECTOR, EL CAPITAL RIESGO ES MUY VÁLIDO PARA LIDERARLA**

- **¿Por qué fracasa la negociación?**

- Sin embargo, muchas operaciones no llegan a buen puerto, no acaban de cerrarse... **¿Por qué fracasan?**

- Hay mil motivos y los procesos ya de inicio son diferentes según los países. Por ejemplo, en EE.UU. las empresas que quieren iniciar un proceso de venta llaman a entre dos y cuatro asesores para comprobar quién es el mejor en función del nicho, del sector, de su conocimiento del mercado... y, a su vez, aportan una información muy desarrollada y trabajada previamente –tienen mucha cultura de *private equity*–. Mientras, aquí en España, no. Se tantea a uno, como mucho a dos asesores, se mueven por la confianza, la recomen-

dación y la importancia de la confidencialidad. Una vez se pone en marcha el proceso, a veces cambian de opinión, es una decisión puramente emocional. Otras veces en cambio, por tamaño de operación, el precio es algo menor a sus expectativas, a lo que han oído en prensa, y entonces deciden no vender.

- **¿Qué ocurre actualmente?**

- Observamos cosas curiosísimas como la actividad del sector de materiales de construcción: cerámica, platos de ducha, mobiliario... ha incrementado sus cifras de manera increíble porque, al pasar más tiempo en casa nos hemos dado cuenta de que había que hacer reformas... y el rebote ha sido espectacular. Pero la pregunta es, ¿es sostenible? porque una vez que haces la inversión no la vuelves a hacer al año siguiente... Por tanto es interesante analizar, en este y en otros sectores, tanto la motivación de la subida a corto como el impacto de la crisis a largo...

Hasta cuándo aguantará el precio

- **¿Y por tanto es buen momento para vender?**

- Claramente hay una ventana de oportunidad. Estamos en un periodo, que no sé cuánto va a durar, en el que, animados por esas políticas laxas de los bancos centrales y gobiernos, hay mucho dinero en el mercado buscando oportunidades. Y, por otra, hay sectores que están funcionando bien momentáneamente y con valoraciones altas, momentáneamente. Con lo que considero interesante plantearse una venta si es lo que se quiere. Muchos empresarios se están planteando: otra crisis, otro esfuerzo, otra vuelta a empezar... y por tanto, no es mal momento para explorar una posible venta. •

El MARF alcanza los 100 emisores y se afianza como alternativa de financiación

Gonzalo Gómez Retuerto
marf@grupobme.es
www.bmerf.es



- **EMPRESAS DE TODOS LOS TAMAÑOS Y SECTORES ACUDEN A ÉL POR SU FLEXIBILIDAD, CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN Y CERCANÍA AL EQUIPO GESTOR.**
- **PARA MUCHAS COMPAÑÍAS EL MARF HA SIDO LA PUERTA DE ENTRADA A LOS MERCADOS.**
- **ADEMÁS DE PAGARÉS Y BONOS, COTIZAN EN ÉL BONOS PROYECTO, TITULIZACIONES Y EMISIONES DE BONOS VERDES O SOSTENIBLES.**

El 7 de octubre de 2013, BME lanzaba oficialmente el Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF) para “crear un nuevo entorno que facilitase el acceso a la emisión de instrumentos de renta fija a las empresas medianas y pequeñas”. Con este hito se cumplía el requerimiento recogido en el Memorando de Entendimiento sobre condiciones de Política Sectorial Financiera y el Acuerdo Marco de Asistencia Financiera. Este documento, firmado en julio de 2012 por el Gobierno español, la CE, el BCE y el FMI, establecía la necesidad de fomentar el desarrollo de mecanismos que facilitasen la diversificación de las fuentes de financiación empresariales en España.

Han transcurrido desde entonces siete años y medio y ya son 100 las empresas de todos los tamaños y sectores que han elegido al MARF para financiarse. De ellas, 4 tienen su sede social en la Comunitat Valenciana: Viario 31, Cecotec, Family Cash y Valfortec. Otras 87 proceden de distintos lugares de nuestra geografía y las 9 restantes tienen su sede fuera de España (6 en Portugal, 2 en Reino Unido y una en Holanda), pero la gran mayoría desarrolla actividades en esta comunidad autónoma.

El MARF alcanza así su velocidad de cruce con una capacidad de financiación de 5.900 millones de euros. A su alrededor ha creado un ecosistema propio en el que además de las 100 compañías emisoras participan 24 asesores registrados, 33 entidades colocadoras y una amplia gama de inversores institucionales, entre la que se encuentran fondos de inversión y de pensiones, mutualidades, el sector público, bancoso y otras entidades financieras, tanto residentes como extranjeros.

Las empresas han recurrido a este mercado de BME para financiar sus proyectos, impulsar sus planes de expansión y reforzar su estructura financiera a través de productos cada día más sofisticados. Un 45 % de los fondos colocados en el MARF procede de pagarés, mientras que los bonos suponen el 35 %, las titulizaciones un 13 % y las cédulas el 7 % restante. En los últimos meses el

Gonzalo Gómez Retuerto.

Es director general de BME Renta Fija y del MARF. Su carrera profesional ha estado siempre vinculada a los mercados de renta fija, en los que ha ocupado diferentes cargos de responsabilidad y desempeñado un papel decisivo en el desarrollo del Mercado AIAF, integrado en BME en 2002, y en la creación del MARF en 2013.

MARF ha registrado seis emisiones de bonos verdes o sostenibles con una fuerte sobredemanda.

Para algunas de las 100 compañías emisoras, el MARF ha supuesto la puerta de entrada a los mercados de capitales gracias a su flexibilidad, capacidad de adaptación y cercanía al equipo gestor a lo largo de todo el proceso de la operación. Estas características le han consolidado como una fuente de financiación complementaria y recurrente, que es la principal función social de las Bolsas y los mercados de capitales.

En el camino, el MARF ha cumplido con su propósito fundacional y ha apoyado a las empresas a superar dos crisis de extraordinaria dimensión. En la primera, que marca su creación (2013-2016), ayudando a recomponer el desequilibrio estructural de una economía dependiente de la financiación bancaria; en la segunda, con la covid-19, mediante la canalización de liquidez y financiación recurrente, para facilitar a las empresas el cumplimiento de sus compromisos financieros en un entorno de mercado confiable, dinámico y accesible.

Igualmente, durante esta última crisis el compromiso del MARF en la colaboración público-privada ha dado un paso más al otorgarse a las empresas emisoras en este mercado a través de pagarés una línea de avales ICO de 4.000 millones para luchar contra la pandemia. Asimismo, para facilitar la liquidez de las empresas, el ICO puso en marcha la suscripción directa en emisiones de pagarés realizadas en el MARF. A su vez, MARF fue calificado como “mercado elegible” por parte del BCE para su programa de compra de activos. Todas estas medidas han cosechado un gran éxito y han permitido a las compañías que cotizan en el mercado financiarse a tipos más bajos y plazos más largos.

En estos siete años y medio el MARF se ha convertido en una pieza fundamental de la infraestructura de los mercados financieros españoles. El acceso a más fuentes de financiación y en condiciones más favorables resultará vital para el desarrollo de las empresas en este nuevo entorno de recuperación económica. •

CaixaBank renueva su certificación de Aenor

Por la calidad del servicio en Banca de Empresas, Comercio Exterior y Tesorería

El certificado destaca el desarrollo alcanzado en herramientas digitales así como la profesionalidad del personal y la respuesta que los equipos han ofrecido durante la situación de pandemia.

Redacción

Imagen: Archivo

redaccion@economia3.info

CaixaBank ha conseguido renovar la certificación de calidad de Aenor del modelo de gestión para prestar servicios financieros a empresas y de Comercio Exterior y Tesorería.

Desde la anterior auditoría de marzo de 2019, Aenor ha constatado *“una evolución positiva del modelo de atención a las empresas en cuanto a su estado de madurez y consolidación, así como en materia de desarrollo de herramientas digitales con impacto positivo tanto a nivel interno, como de clientes”*.

La empresa certificadora destaca la puesta en marcha del nuevo **Now Empresas**, la banca *online* dirigida para los clientes empresas, que ha conseguido mejorar su experiencia digital. La compañía certificadora también ha valorado positivamente los lanzamientos de **We.trade**, la plataforma *“blockchain”* para ejecutar y financiar transacciones de comercio exterior, y **FXNow**, la herramienta *online* para gestionar el mercado de divisas en tiempo real. Aenor también ha subrayado la apertura de los centros



Day-One, para atender a empresas tecnológicas.

La auditoría señala como puntos fuertes de CaixaBank *“el nivel de profesionalidad de todo el personal entrevistado y su conocimiento del modelo y del sector”*. También se resalta la gestión llevada a cabo y la respuesta que han ofrecido los equipos de Banca de Empresa, Comex y Tesorería durante la situación de pandemia, por la cercanía con los clientes y el bajo volumen de reclamaciones que se han generado.

La empresa certificadora recomienda que se mantenga la sistemática de análisis y toma de acciones que viene llevando a cabo CaixaBank, de manera que el modelo de atención siga la mejora continua y excelencia.

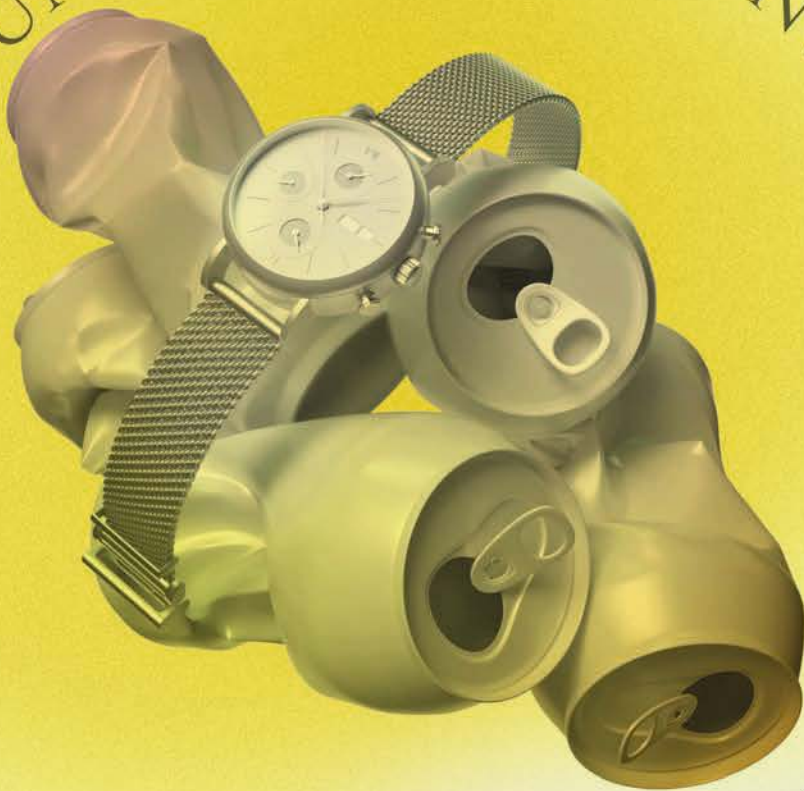
La consecución de la certificación de Aenor ha supuesto un detallado examen, llevado a cabo por diversos departamentos que, de forma directa e indirecta, prestan servicios clave a las empresas

clientes, incluyendo al personal de banca de empresas de CaixaBank, al equipo de calidad de la entidad y a los responsables de diversos departamentos y direcciones territoriales. En el proceso han participado más de 1.300 personas.

El objetivo de la obtención de esta certificación es contribuir a mejorar la calidad y la competitividad del modelo de relación comercial del negocio de Banca de Empresas. La certificación de calidad de Aenor es fundamental para el modelo de negocio de CaixaBank, cuyo Plan Estratégico 2019-2021 establece *“ofrecer la mejor experiencia al cliente”*. Además, este certificado está alineado con el Modelo Europeo de Excelencia Europea EFQM de CaixaBank.

CaixaBank fue la primera entidad financiera en conseguir el certificado Aenor en Asesoramiento a Empresas, en 2015. En 2016 se alzó con el de Comercio Exterior y en 2019 se extendió a los servicios de Tesorería *Online* y *Onsite*. •

CON LA QUE SUJETAS UNA LATA QUE SE CONVIERTE EN EL RELOJ QUE LLEVAS EN LA MANO



Recicla más. Mejor. Siempre.

En la economía circular, cuando reciclas, haces que los residuos se conviertan en nuevos recursos. Recicla latas, briks y envases de plástico en el contenedor amarillo.



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu



El poder de la colaboración



Pablo Tramoyeres, socio responsable de EY Abogados en la Comunidad Valenciana y Murcia

“Estamos preparados para recuperar nuestra economía”

EY Abogados lleva 32 años en Valencia compartiendo el conocimiento de los más de 300.000 profesionales para aplicar las mejores soluciones jurídicas, fiscales, tecnológicas y financieras apoyando a las empresas e instituciones de la Comunitat Valenciana y Murcia.

Redacción

Imagen: Archivo

redaccion@economia3.info

Desde cuándo está EY en la Comunitat y cuál ha sido su evolución?

EY llega a España en 1970 y en 1989 la firma abre su oficina en València, en la calle Colón. Actualmente estamos en el edificio Aqua, frente a la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

Estamos muy orgullosos de la evolución de nuestra oficina en estos años. Contamos actualmente con cerca de 70 profesionales y, solo en los últimos cinco años, hemos duplicado nuestros ingresos y consolidado cada una de nuestras líneas de negocio. En este tiempo hemos trabajado con las compañías más importantes de la Comunitat. En los últimos años, hemos incorporado a nuestra cartera de clientes a empresas y entidades de la talla de **Mercadona, Porcelanosa, Valencia CF, Global Omnium, Grupo Hinojosa, Torrecid, Istobal, Ferrero, Centene, Noatum** o **Ford**.

- ¿En qué es especialista EY en la Comunitat Valenciana?

Asesoramos a las empresas a través de cuatro áreas: EY Abogados (Legal y Fiscal), sobre temas mercantiles, regu-



latorios, concursales, laborales, derecho de la competencia o internacionalización. En cuanto a Fiscal, somos especialistas en precios de transferencia, incentivos a la I+D+i, tributos locales o aduanas. Desde nuestra línea de *Assurance*, ayudamos a las empresas en la auditoría de cuentas, investigación de fraude, consultoría financiera y en sus estrategias de sostenibilidad. Desde el área de *Consulting*, prestamos servicios muy diversos, desde Ciberseguridad, el análisis de la robustez de los sistemas, la implantación de ERP, análisis y mejora de procesos, digitalización, etc. Por último, contamos con un área de Estrategia y Transacciones, especializada en definir planes estratégicos y en asesorar

en la adquisición, valoración o reestructuración de empresas, entre otros.

- ¿Cuál es la aportación de EY a la economía valenciana?

Se concreta en la aplicación a nuestros clientes de las mejores soluciones jurídicas, fiscales, tecnológicas y financieras que en cada momento existen a nivel mundial. Esto nos ha dado el privilegio de acompañar a multitud de compañías en sus procesos de internacionalización, transformación, reestructuración y modernización. En este tiempo hemos aportado lo mejor que tenemos: nuestro conocimiento, esfuerzo y entusiasmo de la mano de nuestros profesionales. Estamos preparados para continuar dando lo mejor de nosotros en la apasionante tarea que tenemos por delante de lograr entre todos la recuperación de nuestra economía, creando un valor sostenible y humanista.

- ¿Cuál es el valor añadido que aporta EY a sus clientes?

Somos la única firma de servicios profesionales global e integrada a nivel mundial; no nos limitamos a compartir una marca o una licencia de *know-how*. Eso significa que nuestros más de 300.000 profesionales en el ámbito internacional comparten el conocimiento y las mejores prácticas sin que la distancia o multiculturalidad sea un obstáculo para aportar el máximo valor a nuestros clientes locales.

La entrevista completa se podrá leer en www.economia3.com. •

Aquellos que sucumban sin priorizar los proyectos de manera ordenada y sistemática quedarán fuera de juego

“La fiebre de los fondos europeos”



Michaël Djaoui
Crowe
Michael.djaoui@crowe.es
www.crowe.es

2021 NO ES CUALQUIER AÑO. ES EL AÑO EN EL QUE SE INAUGURA EL LANZAMIENTO DE DOS PROGRAMAS DE SUBVENCIONES SIN PRECEDENTES QUE DEBEN SUSTENTAR LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA TRAS LA PANDEMIA DE LA COVID-19 Y FACILITAR LA PUESTA EN MARCHA DE LAS PRIORIDADES A LARGO PLAZO DE LA UE EN DIFERENTES ÁMBITOS DE ACTUACIÓN.

2021 no es cualquier año. Es en el que se inaugura el lanzamiento de dos programas de subvenciones sin precedentes para sustentar la recuperación económica por la pandemia de la COVID-19 y facilitar la puesta en marcha de las prioridades a largo plazo de la UE en diferentes ámbitos.

Para ayudar a reparar los daños económicos y sociales causados por la pandemia del coronavirus, las instituciones europeas han acordado un plan de recuperación que liderará la salida de la crisis y sentará las bases para una Europa moderna y sostenible.

El plan de recuperación para España está dotado de 79.796 millones. La cifra supone un incremento de casi un 15 % respecto a lo comprometido inicialmente, siendo España el país que recibirá más ayudas. Adicionalmente, España podrá solicitar préstamos con bajos intereses por una cuantía similar, sumando unos 150.000 millones. Para España, las medidas deberían ser inmediatas y los resultados visibles a partir de 2022.

Distribución de los fondos

Este presupuesto gigantesco se tendrá que distribuir mayoritariamente antes de 2023 a través de tres canales:

- El primero y más novedoso, es la **financiación de los Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE)**. Estos deberían reforzar proyectos centrados en la transformación económica en sectores clave para España (5G, coche eléctrico, aeronáutica, etc.). Además, son un mecanismo para impulsar y coordinar proyectos prioritarios complejos o en los que exista un fallo de mercado, insuficiente iniciativa o capacidad de inversión por parte del sector privado. Los PERTE se concretarán a través de consorcios sumando tanto actores privados como públicos.

- El segundo canal es el de las **licitaciones públicas**. La Administración General del Estado, los ministerios, C.AA. y ayuntamientos dispondrán de cuantiosos fondos lo que vaticina un aumento de la contratación pública, un crecimiento del número

Michael Djaoui.

Director de Ayudas e Incentivos en Crowe. Además de haber trabajado en centros de investigación académicos europeos y centros tecnológicos, cuenta con más de diez años de experiencia con fondos europeos, habiendo asesorado a entidades públicas y privadas en España con el objetivo de optimizar la obtención de ayudas públicas.

de licitaciones y la diversificación de su tipología y un aumento de los importes licitados. Analizar en detalle el peso porcentual de la asignación de los fondos ofrece pistas sobre qué sectores serán más relevantes y dónde se concentrarán las oportunidades de desarrollo.

- El tercero, y el más relevante para las empresas son las **convocatorias de ayudas públicas**. Los últimos meses ha nacido la “*fiebre de los fondos europeos*”, haciendo creer, de forma errónea, a periódicos, empresas, fundaciones y consultoras que estas ayudas subvencionarían cualquier tipo de inversión y beneficiario. Siguiendo las regulaciones nacionales y europeas, dichas ayudas públicas seguirán mayoritariamente un procedimiento de concurrencia competitiva: se conceden según un procedimiento de comparación de solicitudes presentadas de acuerdo con los criterios de valoración previamente fijados.

Es relevante recordar a las entidades españolas la importancia de dicho procedimiento de acceso a ayudas públicas para que prioricen los proyectos de manera ordenada y sistemática. De esta forma, ahorrarán tiempo a sus equipos y reducirán las facturas en consultoría.

Criterios de priorización

Algunos de los criterios de priorización de las inversiones deberían ser: la singularidad y madurez del proyecto, el importe y potencial de comercialización, el nivel de innovación, la capacidad del promotor de cubrir como mínimo el 70 % del presupuesto de la inversión, el potencial de crear riqueza para el país, el fomento del equilibrio territorial, la contribución a la lucha contra el cambio climático, la capacidad de generar bienestar y progreso social.

Guardad en mente de no sucumbir a la “*fiebre de los fondos europeos*”. El modelo de concurrencia competitiva hará que únicamente los mejores proyectos reciban fondos. No habrá subvenciones para todos los proyectos y tampoco los subvencionarán al 100 %. Una buena preparación, permitirá optimizar las subvenciones y mejorar el ratio de éxito. •

Gemma Jimeno
 Imagen: Archivo E3
 gemmajimeno@economia3.info

¿Hacia dónde vamos?

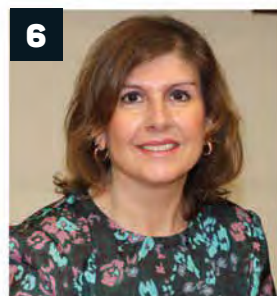
El camino a la recuperación exige revisar en qué situación estamos. De momento, pesan más los puntos a mejorar que las fortalezas.

El gobernador del **Banco de España, Pablo Hernández de Cos** avanzó que no era “descartable” una nueva contracción de la economía española en el primer trimestre del año, como consecuencia de las restricciones a la movilidad. Esta evolución “ligeramente” negativa del PIB dejaría a la economía española al cierre de marzo más de nueve puntos porcentuales por debajo del nivel previo a la pandemia.

Mientras, para la **Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (AIRef)** la crisis sanitaria “sigue condicionando la actividad económica y proyecta todavía una elevada incertidumbre sobre la intensidad de la recuperación”. A todo ello se suma, “la dificultad para estimar con el rigor necesario el impacto del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) a lo largo del horizonte de previsión con la escasa información disponible sobre el calendario de ejecución de los fondos y el detalle de los proyectos de inversión y de las reformas”.

¿Qué males nos aquejan?

Ante el actual escenario, desde **Economía 3** nos hemos puesto en contacto con diferentes entidades, organismos y patronales para que nos ayuden a definir los problemas que aquejan a nuestra economía, así como los puntos que pueden servir de palanca para una pronta recuperación. Además de detallar una serie de medidas y propuestas necesarias para reactivar la economía. Aquí dejamos algunos indicadores en los que “progresamos adecuadamente” y otros en los que necesitamos mejorar.



Doce visiones de la coyuntura actual. 1. Esther Gordo (AIReF). 2. Celia Ferrero (ATA). 3. Miguel Cardoso (BBVA Research). 4. Gracia Cicuéndez (Cámara Valenciana). 5. Teresa Herrero (Cecabank). 6. Edita Pereira (CEOE). 7. Fernando Seco (Cesur). 8. Luis Aribayos (Cepyme). 9. Salvador Navarro (CEV). 10. Valentín Pich (Consejo General Economistas). 11. Karina Azar (Foment del Treball). 12. José Ramón Pin (IESE).

SUSPENDEMOS



Deuda de familias y empresas

AIREF Aunque los niveles de deuda son menores que antes de la crisis financiera, la pandemia ha hecho que se incrementen los niveles de endeudamiento, lo que puede suponer un lastre a la recuperación. **(Esther Gordo).**

Cámara Valencia Lastrará la recuperación y supervivencia empresarial. **(Gracia Cicuéndez).**

CEV El desplome de actividad (y empleo) dificultarán el servicio de la deuda. **(Salvador Navarro).**

E economistas Consejo General Riesgos de impago e incremento de la morosidad. **(Valentín Pich).**

Es de la misma opinión: **ATA**



Ritmo de Vacunación

AIREF En España y en Europa, de donde proceden nuestros flujos turísticos, el proceso de vacunación avanza lentamente (actualmente solo un 8 % de la población está vacunada en España, Francia o Alemania, frente al 50 % de EE.UU.). La vacunación es la mejor estrategia que tenemos en la actualidad para la salida de la crisis. **(E. G.).**

Cámara Valencia La recuperación depende del ritmo de vacunación. **(G. C.)**

cecabank Lentitud con respecto al proceso en otros países como EE.UU. e insuficiente para permitir eliminar las restricciones y favorecer la recuperación de la actividad. **(Teresa Herrero).**

CEOE Confederación Española de Organizaciones Empresariales Acelerar la vacunación es clave para volver a la normalidad. **(Edita Pereira).**

CEV Su retraso aleja y retrasa la recuperación. **(S. N.).**

E economistas Consejo General Frena la actividad económica. **(V. P.).**

CEPYME Crítico nivel para el verano **(Luis Aribayos)**

Son de la misma opinión: **ATA | CESUR**



Deuda pública

AIREF Los elevados niveles de deuda (próximos al 120 % del PIB) suponen una de las mayores debilidades de la economía española. La evidencia apunta a una relación negativa entre los elevados niveles de deuda y el crecimiento. Además, aunque los costes de financiación estén bajo mínimos, los altos niveles de deuda son una vulnerabilidad frente a posibles cambios en las condiciones de financiación en los mercados de deuda soberana. **(E.G.).**

BBVA Research El apoyo del BCE no será indefinido. Si no se cumplen con las reformas y no hay un plan de consolidación a medio plazo, los tipos de interés pueden subir para España, ahogando la recuperación. **(Miguel Cardoso).**

Cámara Valencia Su elevado peso lastrará los presupuestos públicos. **(G.C.).**

cecabank Alcanza un nivel del 120 % del PIB en 2020, por encima de la media europea. **(T.H.).**

CEOE Confederación Española de Organizaciones Empresariales La deuda pública está en máximos históricos (120 % del PIB). Estos niveles no son sostenibles a medio y largo plazo. **(E.P.).**

CEV Riesgo ante la posible alza de los tipos de interés. **(S.N.).**

E economistas Consejo General Endeudamiento alto. Riesgo de coste de la deuda en caso de subidas de tipos de interés. **(V.P.).**

Foment 250 El alto endeudamiento del sector público español será un obstáculo para el crecimiento de la economía. **(Karina Azar).**

IESE Business School University of Navarra Demasiado alta, si suben los tipos de interés será una carga excesiva para las empresas. **(J. R. Pin).**

Son de la misma opinión: **ATA | CESUR**



Costes energéticos

AIREF Aunque los precios del petróleo se mantienen en niveles moderados. En el caso de la economía española el sistema impide que esos precios se trasladen en su totalidad a los costes empresariales. **(E.G.).**

BBVA Research La dependencia del coste del combustible importado sigue siendo una de las ▷

ANÁLISIS

asignaturas pendientes a resolver. NGEU puede ayudar impulsando la energía. (M.C.).

Cámara Valencia Reducen márgenes y competitividad. (G.C.).

CESUR Empresarios del Sur de España Demasiado elevados. (Fernando Seco).

Foment 250 del Trabajo Nacional Comparativamente muy elevados por lo que restan competitividad. (K.A.).

IESE Business School University of Navarra Demasiada dependencia del exterior. (J.R.P.).

CEPYME Merma la competitividad de nuestra industria frente a otros países. (L.A.)

Coinciden en el elevado coste frente a otros países de nuestro entorno: **ATA** | **CECABANK** | **CEOE** | **CEV** | **Consejo General de Economistas** | **Foment del Treball** |



ODS

AIREF No se avanza al ritmo suficiente para erradicar la pobreza. Los efectos de la crisis sanitaria recaen en los segmentos más vulnerables de la población. (E. G.).

IESE Business School University of Navarra Son demasiado ambiguos y poco participativos. (J.R.P.).



Neutralidad Huella Carbono 2050

AIREF Aunque la estrategia ha permitido hacer más visible la necesidad de reducir las emisiones, los avances hasta ahora son limitados. (E.G.).

Cámara Valencia Inversión solo accesible a empresas de mayor tamaño. (G.C.).



Fiscalidad

AIREF El sistema fiscal en España no es todo lo eficiente que debería ser. (E.G.).

ATA AUTÓNOMOS Alta presión fiscal no causada por la fiscalidad en sí sino por la falta de eficacia en cuanto a la base de contribuyentes y la lucha contra la economía sumergida. (Celia Ferrero).

BBVA Research Se necesita un sistema fiscal más eficiente que incentive la contratación y fomente el ahorro. (M.C.).

Cámara Valencia

Aumentará para poder corregir el déficit público. (G.C.).

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

La carga fiscal que se soporta en España es mayor a la existente en nuestro entorno si se tiene en cuenta nuestro menor nivel de renta y nuestra mayor economía sumergida. (E.P.).

CESUR Empresarios del Sur de España

Alta y enmarañada. (F.S.).

CEV

Resta competitividad a las empresas. (S.N.).

Foment 250 del Trabajo Nacional

Hay que desarrollar una fiscalidad competitiva y evitar la creatividad fiscal. (K.A.).

IESE Business School University of Navarra

La nueva reforma anunciada va contra el crecimiento económico. (J.R.P.).

Coinciden: **Consejo General de Economistas**



Reformas estructurales

AIREF El nivel de precariedad del mercado laboral sigue siendo elevado y ofrece pocas oportunidades para los jóvenes. En el ámbito de las pensiones, se necesita pensar una estrategia para abordar las presiones asociadas al envejecimiento. (E.G.).

ATA AUTÓNOMOS

Se diagnostican pero no suelen realizarse por el miedo al precio político que deben asumir los que las promuevan. (C.F.).

BBVA Research

Ahora mismo es una debilidad, pero puede pasar a ser una fortaleza si se logran consensos transversales sobre estas reformas. (M.C.).

cecabank

No ha habido avances en las principales reformas en los últimos años. (T.H.).

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

La falta de reformas de los últimos años es equivalente a no haber afrontado la corrección de desequilibrios. (E.P.).

CESUR Empresarios del Sur de España

Habría que acometerlas. (F.S.).

CEV

Siguen pendientes y están más sujetas a criterios políticos que a técnicos y económicos. (S.N.).

Foment 250 del Trabajo Nacional

Quedan importantes reformas pendientes por abordar como la de las pensiones o la de la justicia. (K.A.).

IESE Business School University of Navarra

Hacen falta pero al contrario de lo que el Gobierno quiere. (J.R.P.).

Grado de Innovación

AIREF Uno de los más bajos de la UE. (E.G.)

BBVA Research No invertimos casi nada en innovación y quien más lo hace es el Estado. Las empresas no perciben las ventajas de hacer este tipo de gasto o no tienen incentivos para hacerlo. (M.C.)

cecabank España se sitúa por detrás de los principales países desarrollados en indicadores de innovación. (T.H.)

CEV globe Escaso peso. (S.N.)

economistas Consejo General La inversión en innovación es insuficiente (0,85 % industria frente a 1,5 % de la UE. (V.P.)

Coinciden en que es insuficiente y está por debajo de la media europea: **Cámara Valencia** | **CEOE** | **IESE** |

Tamaño Empresas

AIREF España tiene una proporción elevada de empresas pequeñas pero lo relevante son sus bajos niveles de productividad. (E.G.)

BBVA Research Seguimos teniendo una regulación y sistema impositivo que desincentiva el crecimiento y que es fundamental para la productividad. (M.C.)

cecabank El elevado peso de las pymes ha amplificado el impacto de la crisis sanitaria, debido a su dificultad para acceder a la financiación externa. (T.H.)

Cámara Valencia El reducido tamaño empresarial limita la I+D+i, la internacionalización y la rentabilidad. (G.C.)

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Las pymes tienen menos capacidad para afrontar crisis severas y duraderas. (E.P.)

CEV globe Por su negativa repercusión sobre la productividad. (S.N.)

economistas Consejo General Las pymes, que representan más del 99 % de nuestro tejido empresarial, están más expuestas por falta de recursos y fortaleza financiera en relación a las empresas de mayor tamaño. (V.P.)

Foment 250 Las empresas españolas no son lo suficientemente grandes como para crecer, competir y sobrevivir. (K.A.)

IESE Business School University of Navarra Necesitan crecer, ahora hay demasiadas microempresas. (J.R.P.)

CEPYME El 94,7 % son micropymes (L.A.)

Coinciden: **CESUR**

Digitalización

AIREF Es necesario que el Plan de Recuperación ayude a superar la brecha que nos separa de Europa en este ámbito (E.G.)

BBVA Research El país no tiene el capital humano para aprovechar el impacto de las nuevas tecnologías (M.C.)

cecabank Pese al avance logrado en el último año, el grado de digitalización de las empresas españolas sigue siendo inferior al de los principales países desarrollados (T.H.)

CEV globe Cierta retraso (S.N.)

IESE Business School University of Navarra Especialmente en las pymes el grado es bajo (J.R.P.)

Coinciden: **ATA**

Cambio Climático

AIREF Puede ser una fuente de fuertes perturbaciones y riesgos fiscales en el futuro (E.G.)

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES España tiene características que la colocan entre las economías de mayor exposición al impacto del cambio climático. Las alteraciones del clima afectan a sectores estratégicos como el energético, turismo, agricultura y ganadería (E.P.)

Sistema de financiación de los CC.AA.

AIREF Ya antes de la crisis se identificaba la necesidad de reformar integralmente el sistema de financiación de las CC.AA. (E.G.)

BBVA Research Hay que tener certidumbre sobre el futuro de las finanzas públicas y eso incluye un sistema de financiación estable, aceptado por todas las CC.AA. y suficiente para los servicios que tengan que ofrecer. (M.C.)

Cámara Valencia La CV sigue infrafinanciada (G.C.)

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES En su versión actual, el modelo de financiación de las CC.AA. es insuficiente y ▷

ANÁLISIS

existe un consenso generalizado para su reforma que debería haberse producido hace tiempo (E.P.).



Requiere reforma urgente (S.N.).



La recaudación por cada habitante es muy dispar entre distintas CC.AA. (V.P.).



Es un tema sin resolver. (J.R.P.).



Déficit administraciones

cecabank El déficit de las AA.PP. se eleva al 11 % del PIB en 2020, con un aumento del déficit estructural, en ambos casos superior al promedio europeo. (T.H.).



La inversión pública se verá perjudicada. (G.C.).



Es necesario establecer una estrategia de consolidación fiscal. (E.P.).



Crónico y generalizado, insostenible en el medio plazo (S.N.).



El principal peligro. Poco eficientes las AA.PP. (J.R.P.).

Coinciden: **ATA** | **BBVA** | **CESUR** | **CGE**



Peso de la industria y del sector servicios



Se trata de una debilidad y una fortaleza porque lo importante no es el peso en sí, sino el valor añadido de las actividades. Las economías avanzadas van hacia un mayor peso de los servicios, pero de alto valor añadido (M.C.).

cecabank La elevada dependencia del turismo que ha amplificado el impacto de la crisis sanitaria en nuestro país sobre la economía española. (T.H.).



Excesivo peso de actividades intensivas en mano de obra. (G.C.).



La industria debería tener un peso mayor por su efecto arrastre en otros sectores, su alta competitividad y la calidad de empleo que genera. (E.P.).



Demasiado alto el de servicios y bajo el de industria. (F.S.).



El peso de la industria en el PIB español es inferior a la media de la UE. (V.P.).



El peso de los servicios es excesivo. (J.R.P.).

Coinciden: **CEV** |

APROBAMOS



Reestructuración bancaria



A diferencia de lo que sucedió durante la crisis financiera, la banca afronta esta crisis con mayores ratios de capital. Las reestructuraciones que se están viendo ya se anticipaban antes de la crisis. (E.G.).



Un proceso realizado con éxito tras la crisis financiera de 2008. (C.F.).



De acuerdo al regulador, el sector se encuentra bien capitalizado y puede enfrentar situaciones de tensión. (M.C.).

cecabank Mejora de la solvencia, liquidez, calidad crediticia y eficiencia del sistema bancario español tras la reestructuración. (T.H.).



Mejora de la solvencia y la rentabilidad del sector. Aparición de nuevos actores en el sistema financiero. (G.C.).



Sector más eficiente y parte de una posición saneada. (E.P.).



Solvencia, rentabilidad, competitividad internacional. (S.N.).

Coinciden: **CGE** | **IESE**



Balanza comercial



En esta ocasión, la economía española ha afrontado esta crisis tras un período de mejora de su competitividad frente al exterior, que permitió mejorar su tradicional desequilibrio frente al exterior. (E.G.).



La cuenta corriente sigue presentando superávit a pesar de la desaparición del excedente en la balanza de turismo, y eso, gracias al buen comportamiento de la balanza comercial de bienes. (M.C.).

cecabank Pese a la fuerte caída del turismo desde el comienzo de la pandemia, el saldo comercial se ha mantenido positivo en 2020 (1,5 % del PIB). (T.H.).

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Por el aumento de la competitividad, ya no es un desequilibrio. (E.P.).

CESUR Empresas del Sur de España Considero que está equilibrada. (F.S.).

CEV En la CV es positivo y la demanda externa un elemento dinamizador. (S.N.).

Foment 250 Uno de los desequilibrios macro corregidos gracias al turismo extranjero. (K.A.).

Coinciden: **ATA | Cámara Valencia**

 **Internacionalización**

AIREF El fuerte proceso de internacionalización de la economía española le ha permitido alcanzar ganancias de eficiencia notables. (E.G.).

ATA AUTÓNOMOS La internacionalización de las empresas españolas, especialmente de las pymes, ha sido muy relevante. (C.F.).

BBVA Research El tamaño del sector exportador -33% del PIB-, todavía tiene recorrido al alza (Alemania alcanza un 50%), pero el esfuerzo realizado durante los últimos años ha sido importante. (M.C.).

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Por el aumento de la base exportadora y la diversificación de los mercados. (E.P.).

economistas Consejo General Ayuda a la recuperación de las empresas españolas con la implantación en nuevos mercados y el crecimiento en los que ya estén. (V.P.).

Coinciden: **CESUR | CEV | Cámara Valencia**

 **Apoyo UE**

AIREF Por primera vez la UE ha dado una respuesta solidaria (vía NGEU), frente a una perturbación que ha tenido efectos asimétricos en los Es- ▷



valenciaport

valenciaport
Autoridad Portuaria de Valencia

VALENCIA · SAGUNTO · GANDIA

valenciaport.com

ANÁLISIS | Suspendemos y aprobamos

tados miembros. A eso se añaden fondos SURE y prestamos BEI, principalmente. (E.G.).

BBVA Research Sin el apoyo de la UE y del BCE, no se podría haber realizado una política fiscal tan expansiva dado el nivel de deuda pública. (M.C.).

cecabank España es el segundo país que más ayudas recibirá del NextGen en los próximos 6 años. (T.H.).

Cámara Valencia Fondos para acometer inversiones de importancia y potenciar digitalización y sostenibilidad. (G.C.).

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Fundamental para la recuperación económica, dado que se ha producido la mayor respuesta de esta institución a esta crisis de la UE. (E.P.).

CESUR Empresariado del Sur de España Nuestro salvavidas. (F.S.).

CEV CEV Aporta criterio y recursos. (S.N.).

Foment 250 Fuente de recursos para impulsar la economía. (K.A.).

IESE Business Schools University of Navarra Si se cumplen sus condiciones (J.R.P.).

Coinciden: **ATA** | **CGE**



Políticas del BCE

AIREF La excepcional respuesta del BCE ha sido esencial para evitar problemas de estabilidad financiera y dificultades en los mercados de deuda (las primas de riesgo se han mantenido en niveles reducidos, previos a la crisis). (E.G.).

ATA AUTÓNOMOS La compra de deuda y la política de tipos benefician a España (C.F.).

BBVA Research La prima de riesgo española está ahora mismo en 60 pb, a pesar de tener una deuda del 120 % del PIB. Eso es gracias a los programas de compra de deuda del BCE. (M.C.).

cecabank La política monetaria expansiva del BCE ha permitido una relajación de las condiciones financieras en la Eurozona y una cierta recuperación de las cotizaciones bursátiles tras el inicio de la pandemia. (T.H.).

Cámara Valencia Bajos tipos de interés. (G.C.).

CEOE CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES No hay tensiones en los mercados financieros a pesar de los elevados niveles de deuda. (E.P.).



Política monetaria acomodaticia. (S.N.).



Dotar de liquidez al sistema financiero. (V.P.).



Eliminación de la fragmentación financiera y tipos bajos. (K.A.).



Si no se dispara la inflación. (J.R.P.).

Coinciden: **CESUR**



Deuda de familias y empresas

AIREF El crédito bancario a empresas y familias se encuentra exactamente en el promedio de la eurozona. (M.C.).

cecabank Tras el desapalancamiento de los últimos años, la ratio de endeudamiento de familias (56,9 % del PIB) y empresas (92,9 % del PIB) es inferior a la media europea (57,1 % y 101,2 %, respectivamente, con datos de 2019) (T.H.).



La deuda de las familias no ha crecido y existe bolsa de dinero para consumir. (G.C.).



El sector privado parte de una posición más saneada en esta crisis y con condiciones financieras más favorables. (E.P.).



Fuerte corrección después de la crisis financiera de 2008. (K.A.).



Los hogares ahorraron más y se endeudaron menos tras el primer confinamiento (J.R.P.).



El sector privado llega a esta crisis mejor preparado (bajo nivel de deuda) que a la anterior crisis financiera. (L.A.).



Digitalización

AIREF Aumento de la competitividad empresarial. (G.C.).



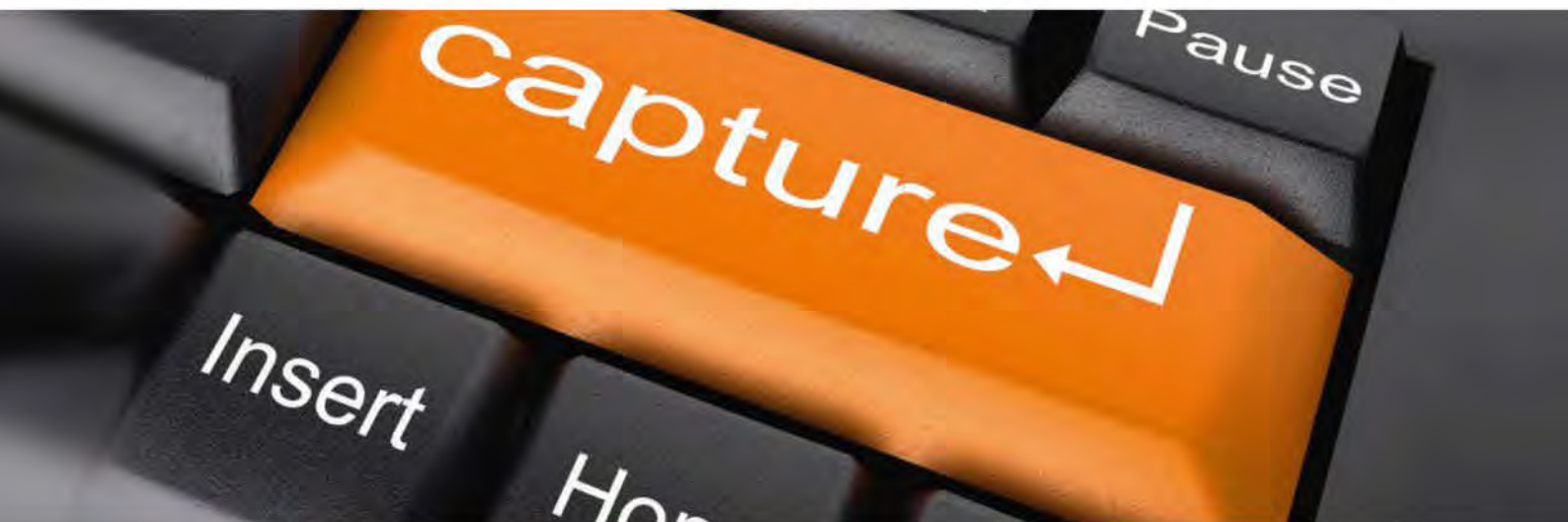
Aunque España y Europa no lideran el proceso de digitalización en el mundo, España está por encima de la media de la UE. Nuestro punto fuerte es la conectividad (infraestructuras) y el débil es la formación. (G.C.).



Se ha hecho por necesidad y es bueno. (F.S.).



Herramienta para la recuperación y crecimiento de las empresas. (V.P.).



Servicios documentales para mejorar tu productividad y optimizar la gestión del tiempo de tu equipo

Gana tiempo | Trabaja mejor



Digitalización
de documentos



Captura y
procesamiento de datos



Custodia
documental



Software de
gestión documental



Externacionalización
de procesos

Y además **servicios a medida** para
administración local, profesionales liberales
y sector cerámico

ANÁLISIS

Ana Gil

Imagen: EFE/ Ana Bornay

ana.gil@economia3.info

Instituciones como la AIREF, el Consejo General de Economistas y Cecabank coinciden en que aún, en el corto plazo, resulta necesario mantener el estímulo fiscal y monetario para mitigar la actual situación “y evitar que se destruya más empleo”. “Mientras en el medio y largo, se debe elaborar un plan de consolidación fiscal que permita reconducir el déficit público a la senda del equilibrio, así como acometer un ambicioso plan de reformas estructurales, especialmente en los ámbitos del mercado laboral, la educación y las pensiones”, resume Teresa Herrero, directora de Estudios de Cecabank.

Control del déficit

En concreto, la AIREF urge a elaborar una estrategia de consolidación fiscal que permita “sostener las finanzas públicas” y que sea “creíble y realista” para aumentar “la transparencia y ganar credibilidad en los mercados”, subraya Esther Gordo, directora de la División de Análisis Económico de AIREF.

Según la AIREF se debe contar con todos los niveles de la administración; considerar los niveles de deuda pública y los riesgos fiscales; establecer un calendario tentativo para el cumplimiento de hitos, y servir de marco para los planes de reequilibrio de las AA.PP. “Además, se deberán afrontar los bajos niveles de productividad mediante una mejora de la innovación y de la cualificación del capital humano, así como reducir la tasa de desempleo juvenil”, incide.

Por su parte, la vicepresidenta de ATA, Celia Ferrero apuesta por fijar objetivos realistas. En este sentido,



Hay que sostener las finanzas públicas y avanzar en reformas

Organismos y entidades del ámbito económico creen necesario impulsar la economía a la vez que se encauzan las reformas estructurales necesarias para ganar en competitividad y aumentar la productividad, generando más actividad económica y empleo de calidad. En este sentido, se apuesta porque el marco regulador cree un clima favorable para la actividad económica y la empresa, reduciendo asimismo “las rigideces que limitan la contratación”.

cree que es esencial “el mapeo del tejido empresarial” para hacer un diagnóstico “dimensionado a las necesidades de nuestro tejido productivo para aplicar políticas dirigidas, eficaces y evaluables”. Poniendo como ejemplo la digitalización, explica que se debe adecuar a cada negocio: “no tiene sentido venderle IA a una frutería. Una caja registradora con TPV conectado a la nube, ya es digitalizar”, afirma.

Acabar economía sumergida

Aboga asimismo ATA por “la eliminación de barreras al emprendimiento y al crecimiento” desde “la simplificación

de procedimientos y la supresión de trabas administrativas”. Otras prioridades pasan por una “fiscalidad inteligente” y la “lucha decidida contra la economía sumergida”. Además, apuesta por “deslocalizar el talento” y “conectarlo” para afrontar la despoblación; así como “crear una red de salud empresarial” que apoye a la empresa y al autónomo en todo su ciclo vital: emprendimiento, consolidación, crecimiento, cierre o quiebra, reemprendimiento, relevo...

Mirar al exterior

Desde la Unidad de Inteligencia y Análisis de Cámara Valencia, Gracia



Cicuéndez pone el acento en el impulso de la internacionalización, “*que compense la debilidad del mercado nacional*”. Al mismo tiempo, insiste en la “*racionalización del gasto público*”, así como en “*augmentar la eficiencia de las AA.PP., para reducir el déficit sin incrementar sustancialmente la fiscalidad*”.

Propone además avanzar en incentivos y ayudas para impulsar las actividades industriales y las actividades de servicios de mayor valor añadido.

Reformas estructurales

Edita Pereira, desde la patronal CEOE urge a implementar las reformas estructurales que mejoren los niveles de competitividad y productividad e incrementen el potencial de crecimiento de la economía. En este sentido, coincide la portavoz de **Foment del Treball**, **Karina Azar** en la necesidad de abordar “*sin dilaciones*” reformas relacionadas con la flexibilidad en el mercado laboral; la eficiencia de la justicia; la formación (fomentando especialmente la FP); las competencias digitales, etc.

La también patronal **Cesur** añade la reforma de las pensiones, de la admi-

Suspendemos y aprobamos

nistración del Estado, profundizar en la reforma laboral... Al mismo tiempo que defiende “*una fiscalidad más ordenada y con menor presión fiscal, menos burocracia y que no estorbe a los empresarios*”, reivindica **Fernando Seco**, fundador y vicepresidente de **Cesur**.

Replantear el modelo turístico

Asimismo, **Foment del Treball** pone el acento en el turismo. “*España es una potencia turística mundial, y Cataluña uno de los principales destinos. Es fundamental apoyar a este sector en el proceso de recuperación, y aprovechar la oportunidad para replantear el modelo de negocio turístico hacia uno de mayor calidad y valor añadido*”, expone.

En definitiva **Azar** anima a “*aprovechar los recursos NG para facilitar la transformación y competitividad*”. ▷



¿Quieres
crecer?



AUDITORÍA Y ASSURANCE
ABOGADOS Y ASESORES FISCALES
CONSULTORÍA
CORPORATE

En **auren** apostamos por
el desarrollo de tu empresa

15 oficinas en España

Más de **1.000** profesionales en España

Presencia en **70** países

www.auren.com

ANÁLISIS

Del mismo modo, opina **Valentín Pich**, presidente del **Consejo General de Economistas** que cree prioritario “*aprovechar los fondos europeos para realizar las reformas estructurales necesarias, para incrementar el peso de la industria en nuestro país y no depender tanto del sector servicios, así como concretar ayudas a la creación de empleo*”.

El economista y profesor del **IESE**, **José R. Pin Arboledas**, va un paso más allá: “*hay que liberalizar más el mercado de trabajo; alargar más por Ley la edad de jubilación; impulsar una ley de educación en libertad y la concertación con la sanidad privada; potenciar la FP y promover mayor libertad en los estudios universitarios, eliminando el exceso de control de organismos como la ANECA para darle mayor agilidad a los estudios y a la investigación*”. Finalmente enumera otros retos como favorecer la financiación adecuada a las pymes para ganar en tamaño y proveerlas de ayudas a su internacionalización.

Mayor control y participación

En su opinión para animar la economía y el crecimiento del PIB, los fondos

europeos deben invertirse “*con un razonable control, con presencia del sector privado, los agentes sociales, la oposición y presencia de representantes de la UE; así como con criterios técnicos y económicos. Además deben ir acompañados de un programa integrado de estrategia de país con reformas como las mencionadas en la educación, en eficiencia administrativa, integración territorial y proyección europea e internacional. Programa en el que participen representantes de todos los sectores, políticos, económicos y sociales, del sector público, del privado y del tercer sector. De momento ninguna de estas dos condiciones se están cumpliendo*”, observa el profesor del **IESE**, **José Ramón Pin**.

No poner freno al crecimiento

Desde la **Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana**, **CEV** creen necesario fortalecer la colaboración público-privada y dotar al tejido empresarial, formado en más de un 90% por pymes, de todo tipo de herramientas para ser más competitivas. “*Esto implica invertir más en innovación; aumentar el peso de la industria;*

no poner freno a proyectos que aseguran nuevos puestos de trabajo, como la ampliación del Puerto de Valencia; agilizar la burocracia o analizar cuál es la situación global antes de plantear determinadas reformas”, enumera su presidente, **Salvador Navarro**.

Atracción talento

Por su parte, la **Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa**, **Cepyme**, ve imprescindible, en palabras de **Luis Aribayos**, “*generar certidumbre y confianza en la crítica situación actual*”. A su juicio, se deben llevar a cabo reformas en la línea planteada por Europa “*y no en sentido contrario, tales como algunas de las anunciadas (mayor rigidez del mercado laboral, subida de impuestos...)*. Por el contrario, son imprescindibles medidas que generen confianza sobre la sostenibilidad de las finanzas del país; que fomenten la inversión en él y la atracción de talento en un mundo digital; eliminar trabas al crecimiento empresarial, y apostar por todo aquello que tenga como objetivo fundamental mejorar la competitividad de nuestro país y empresas”. •

Cambios en las políticas de empleo

Entiende BBVA Research que uno de los retos más urgentes en este país es reducir la tasa de paro y su volatilidad, creando empleo de calidad, estable y productivo. Para favorecer la contratación estable propone conjugar una simplificación efectiva del menú de contratos con un cambio sustancial del sistema indemnizatorio, de manera que el contrato indefinido sea la opción preferida. Se sugiere un sistema mixto en el que una parte de la indemnización por finalización del contrato dependería de la antigüedad del trabajador y la otra, de una cuenta de ahorro individual similar al modelo austriaco. Expone el economista jefe de BBVA Research, Miguel Cardoso que la creación del fondo de capitalización facilitaría la planificación financiera de las empresas, aumentaría el ahorro de los trabajadores y el nivel de renta de los futuros pensionistas.

Aconseja una drástica reducción de contratos a únicamente tres: un contrato indefinido –que debería ser la figura contractual por defecto y que inicialmente tendrá menor indemnización que el temporal–, uno temporal causal y otro para la formación y el aprendizaje que servirá de tránsito al indefinido.

Se anima también a mejorar la negociación colectiva y la fiscalidad: potenciando la respuesta de los salarios a la productividad (para evitar que sea la productividad la que se ajuste a los salarios).

Su propuesta pasa también por reorientar una parte de los recursos destinados a bonificar la contratación hacia políticas que aumenten la empleabilidad de los trabajadores, especialmente de aquellos que concentran las mayores tasas de paro.

LA BRÚJULA

ACTUALIDAD, INFORMACIÓN Y ANÁLISIS

CON EL ESTILO Y
LA CREDIBILIDAD DE
**JUAN RAMÓN
LUCAS**

**LUNES A VIERNES
DE 20:00H A 23:30H**



TU RADIO





Ricardo Almenar
Coach Ontológico
www.ricardoalmenar.com

Excelencia y Exigencia: conceptos antagónicos

“DESDE LA EXCELENCIA, LA POSIBILIDAD DE CONSEGUIR RESULTADOS AUMENTA”
“LA EXCELENCIA ES UNA ELECCIÓN CONSCIENTE, ES UN HÁBITO QUE CONDUCE AL CRECIMIENTO PERSONAL Y HACE QUE LAS EMPRESAS SEAN MÁS SABIAS, MÁS EFICIENTES, MÁS RENTABLES Y MÁS FELICES”

Desde el Coaching Ontológico sostenemos la importancia de la distinción entre excelencia y exigencia. Por excelencia entendemos el cuidado y la atención por hacer las cosas de la mejor manera posible. Este contexto permite poner en práctica nuestras mejores capacidades y fomenta el aprendizaje, la creatividad y el crecimiento.

La exigencia, sin embargo, busca hacer las cosas perfectas. Ante tal imposibilidad, la persona exigente y la exigida, sufren continua insatisfacción y autorreproches. En la exigencia se vive el error como un fracaso insostenible, no se asumen riesgos ni responsabilidades para evitar la frustración.

La exigencia lleva implícita la dificultad para separar lo que soy, de lo que hago. Focalizarse en el hacer tiene un componente de obligación, de complacer a otros y esperar su reconocimiento, olvidándonos de las necesidades propias y de lo que realmente deseamos. Es decir, olvidándonos de nuestro para y del valor detrás de lo que hacemos.

Las empresas excelentes legitiman el error como fuente de aprendizaje. Las personas comprometidas con la excelencia viven el error como una oportunidad de aprendizaje, no como un fracaso. Buscan alternativas, aceptan otros puntos de vista, admiten las críticas y las sugerencias, porque no se sienten amenazadas y cualquier aportación es una oportunidad para seguir aprendiendo y avanzar hacia el objetivo.

El acrónimo de la **Excelencia**:

Evolución **X**ultiplicar, facilitar, potenciar **C**omunicación, conversación | **E**quipo de trabajo colaborativo **L**iderar **E**moción, conectividad emocional | **N**aturalidad, autenticidad, espontaneidad **C**onfianza **I**nnovar, imaginación | **A**mbición ética

La excelencia nos permite conectar con aquello que queremos realmente, lo que nos gusta y nos hace trascender. Por este motivo

Ricardo Almenar.

Psicólogo organizacional y *coach* ontológico empresarial en el ámbito empresarial, educativo y personal. Experto en programas de motivación y generador de culturas empresariales orientadas a la innovación y al aprendizaje. Facilitador de organizaciones resilientes y talentosas y especialista en proyectos de desarrollo organizacional y personal.

decimos que, desde la excelencia, la posibilidad de conseguir resultados aumenta considerablemente.

Desde mi plena convicción afirmo que **la excelencia convierte a una empresa en una organización inteligente. ¿Por qué?** Porque en una organización inteligente la gente considera que su labor es importante tanto para ella como para la organización. Todos se sienten en libertad de experimentar, correr riesgos y evaluar abiertamente los resultados. Nadie es eliminado por cometer un error. **Cada persona de la organización está ampliando o mejorando su capacidad de crear.**

“La ética reside en tener valor para decidir”. A los empresarios, a la propiedad familiar, a los responsables os pregunto ¿Que deseáis? ¿En qué creéis? ¿Una cultura de exigencia o una cultura de excelencia?

La excelencia es una elección consciente, es un hábito que conduce al crecimiento personal y hace que las empresas sean más sabias, eficientes, rentables y felices, sin lugar a dudas.

Es una elección entre una cultura del tener –exigencia– o una cultura del ser –excelencia–. Entre una estructura jerarquizada, donde impera la imposición y la obligación de hacer para lograr unos resultados exigidos y no compartidos, donde las personas son meramente recursos productivos y, por lo general, desmotivadas y “quemadas”.

O estructuras horizontales, donde existe compromiso e implicación por un propósito empresarial compartido, con unos valores compartidos, donde las personas son valoradas como personas, con una visión holística de las mismas, donde hay libertad con responsabilidad, visión compartida, respeto, pensamiento crítico, emociones, ambición ética de crecer como profesional y como persona.

¡Vuestra es la decisión! Pero, por favor, os ruego que seáis coherentes con vuestra elección. De lo contrario, la frustración generada y el desencanto provocado en el conjunto de las personas de vuestras empresas, sufrirían un alto precio que muy difícilmente se podrá sostener en el tiempo. ●

Redacción E3
 Imagen: Archivo E3
 redaccion@economia3.info

El ejercicio 2019-2020 ha sido para **Anecoop** uno de los más difíciles de gestionar de los últimos años, y si hay algo que ha puesto de manifiesto, es que el agroalimentario es y debe seguir siendo un sector estratégico a cuidar.

Con su trabajo, los profesionales del sector primario aseguran a la población el abastecimiento de alimentos. La última edición del **Observatorio del Sector Agroalimentario Español** realizado por **Cajamar** de 2019, establece que el sector supone un 9,1 % del PIB y su contribución al empleo en la economía española se sitúa en un 11,8 %, generando 2,4 millones de empleos. Cifras que contribuyen al superávit de la balanza de pagos de nuestro país y que lo sitúan como la cuarta economía del sector de la UE.

El sector agroalimentario español es un 34 % más productivo que el europeo y un 30 % más competitivo. España es la cuarta potencia europea en el mercado exterior al concentrar el 9,5 % del total de exportaciones del sector europeo. Un valor diferencial que debemos conocer, apreciar y potenciar.

De ahí que el sector no puede perder la oportunidad que le brinda la condición de “*esencial*” para seguir consolidando su posición como la huerta de Europa. Para ello ha de seguir innovando en gestión y en producto para superar los retos de sostenibilidad futuros y de continuar ofreciendo al consumidor alimentos sanos y seguros.

Ganar dimensión de manera operativa y eficiente es una de las cuestiones a abordar por las empresas agroalimentarias en el plazo inmediato. Este ha demostrado ser un vector fundamental pa-



El agroalimentario, un sector a potenciar

ra acometer con éxito los desafíos que se le plantean al sector. Anecoop seguirá poniendo el foco en este ámbito impulsando y apoyando distintas acciones, como la consolidación e integración de sus socios, que en 2019-2020 ya han dado pasos con la constitución de la cooperativa de segundo grado **Ribercamp**, formada por las cooperativas **Sant Bernat de Carlet** y **Guadacoop**; el acuerdo de intercooperación entre las cooperativas **Canso** y **Alzicoop**; el acuerdo de comercialización entre **Greenfruits** y la cooperativa de Pedralba; la creación de **Vall Blanca**, una iniciativa impulsada por las cooperativas de **Llutxent-Otos**, **La Pobla del Duc** y **Bélgida** para gestionar y comercializar fruta de hueso; o la puesta en marcha de **ProVega**, de la mano de **San Sebastián de Lora del Río**, **Alcafruit** y **Foasat**.

La suma de nuevos socios es otro puntal de crecimiento: en 2020 se incorporó al Grupo Anecoop la hortofrutícola

Costa de Almería, que ha reforzado su posición hortícola, y este ejercicio se está valorando la adhesión de una bodega y una entidad hortofrutícola.

Innovar en producto está presente en la hoja de ruta de Anecoop desde sus inicios. La entidad, junto a su entorno cooperativo, introdujeron hace casi 30 años la sandía sin pepitas en el mercado europeo. Gracias a esta disrupción, se invirtió la tendencia en el consumo de sandía en Europa, que continúa al alza. Con una media de 150.000 toneladas anuales comercializadas, Anecoop y sus socios lideran la categoría gracias a sus sandías Bouquet, presentes en 29 países.

La cooperativa también contempla modernizar estructuras productivas o potenciar plataformas de producto para agrupar producciones minoritarias.

En la entidad existe el convencimiento de que, junto a sus socios, conseguirán acometer los cambios que reclama el sector para ser más competitivos. •



Tomarial amplía su sede con una zona de atención al cliente

El despacho ha superado la crisis del coronavirus con nota: creciendo un 14 %, tanto en su facturación como en la cartera de clientes

Redacción

Imagen: Archivo E3

redaccion@economia3.info

Cuatro salas de diferentes tamaños, separadas del área de trabajo del despacho y preparadas tecnológicamente con equipos de videoconferencia, wi-fi individual y acceso a la intranet del despacho. Espacios con ventilación doble, insonorizados acústicamente para garantizar la confidencialidad de las conversaciones, separados por un doble acristalamiento con cámara de aire y aislamiento de los conductos de aire. Así es la nueva área de atención al cliente de **Tomarial Abogados, Economistas y Consultores**.

Antonio Ballester, socio director del despacho, explica la apuesta

El despacho Tomarial da un paso adelante para adaptarse a la nueva realidad. Teletrabajo y distancia social, sí. Pero también alternativas presenciales seguras para atender a sus clientes. Por eso ha ampliado su sede en el Edificio Europa de València con una nueva zona de salas: 100 metros cuadrados con cuatro espacios independientes preparados tanto para videoconferencias como para reuniones personales.

de ampliar la sede central de Tomarial: *“No únicamente ganamos espacio, también reordenamos las áreas de trabajo pensando en dar el mejor servicio: con salas nuevas y seguras, que podemos usar para videoconferencias y también para reuniones personales. Creemos que es importante dar las dos opciones a nuestros clientes en las mejores condiciones”*.

El crecimiento de Tomarial ha motivado esta ampliación de sus instalacio-

nes, que suman ya 550 metros cuadrados en la entreplanta del emblemático **Edificio Europa**, en la avenida de Aragón de València. Y ha coincidido con una reforma de la recepción del despacho y la zona de administración para una mejor funcionalidad. Además, se ha implementado la nueva imagen corporativa y el logotipo, rediseñados este año como un símbolo de la continua evolución de Tomarial y su permanente adaptación a las exigencias del mercado y sus clientes. •



2021: El momento del compliance tributario

En 2020, Tomarial superó la crisis del coronavirus con nota: creciendo un 14 %, tanto en su facturación como en la cartera de clientes, impulsando su departamento de Laboral y poniendo en marcha nuevos servicios. Uno de los más destacables es el compliance tributario: *“una herramienta preventiva para las empresas que permite minimizar riesgos ante la Administración tributaria y con una rentabilidad evidente a medio plazo”,* tal y como reconoce Miguel Ángel Molina, socio del Área Fiscal del despacho.

Miguel Ángel Molina considera que *“2021 es el momento del compliance tributario. Las empresas multinacionales y los grupos que realizan operaciones transfronterizas ya se han dado cuenta, pero esto puede resultar muy útil para cualquier compañía. Por eso, cada vez hay más demanda. Se trata de un protocolo preventivo, se incorpora a la empresa un sistema que gestiona los riesgos tributarios y los minimiza. Además, podemos certificar que cumple la normativa*

UNE 19.602 y lo recomendamos a los clientes”. Las ventajas son múltiples, según el socio de Fiscal de Tomarial: “Vamos a evitar actuaciones sancionables y, ante una eventual sanción tributaria, puede servir como causa exoneradora o moduladora del importe de la sanción. Además, a nivel reputacional se transmite una cultura de cumplimiento y cooperación con la Administración tributaria en el seno de las organizaciones y eso resulta siempre positivo”.

El compliance tributario es el equivalente al compliance penal pero en el ámbito administrativo de los impuestos. Miguel Ángel Molina considera que las empresas que ya han culminado un proceso de implantación de una prevención penal en su sistema de gestión deben dar ahora el paso a la prevención tributaria: *“Es un plus en la gestión de la compañía, una herramienta útil que seguro va a evitar problemas y que mide muy bien los riesgos tributarios, a la medida de lo que necesita cada empresa”.*

ESPECIAL ODS

Desde **Economía 3** queremos visibilizar acciones que ya están en marcha por parte de empresas implantadas en el territorio español y que son un ejemplo por su hoja de ruta.

PortCastelló alinea su Plan Estratégico con los ODS

Redacción

Imagen: Archivo E3

redaccion@economia3.info

La **Autoridad Portuaria de Castellón** ha impulsado y aprobado su nuevo Plan Estratégico 2024 totalmente alineado con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** impulsados por la **Organización de Naciones Unidas** y que suponen un compromiso para hacer frente a los retos sociales, económicos y medioambientales de la

globalización, poniendo en el centro a las personas, el planeta, la prosperidad y la paz.

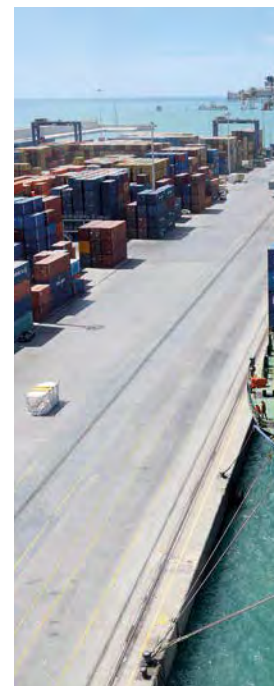
Son objetivos estratégicos con metas específicas que deben lograrse antes del horizonte de 2030 y que han sido evaluados por la Autoridad Portuaria de Castellón para integrarlos en cada una de las líneas que contempla su Plan Estratégico. El presidente de la Autoridad Portuaria de Castellón, **Rafa Simó**, ha afirmado que “dentro de nuestro ámbito de acción y competen-

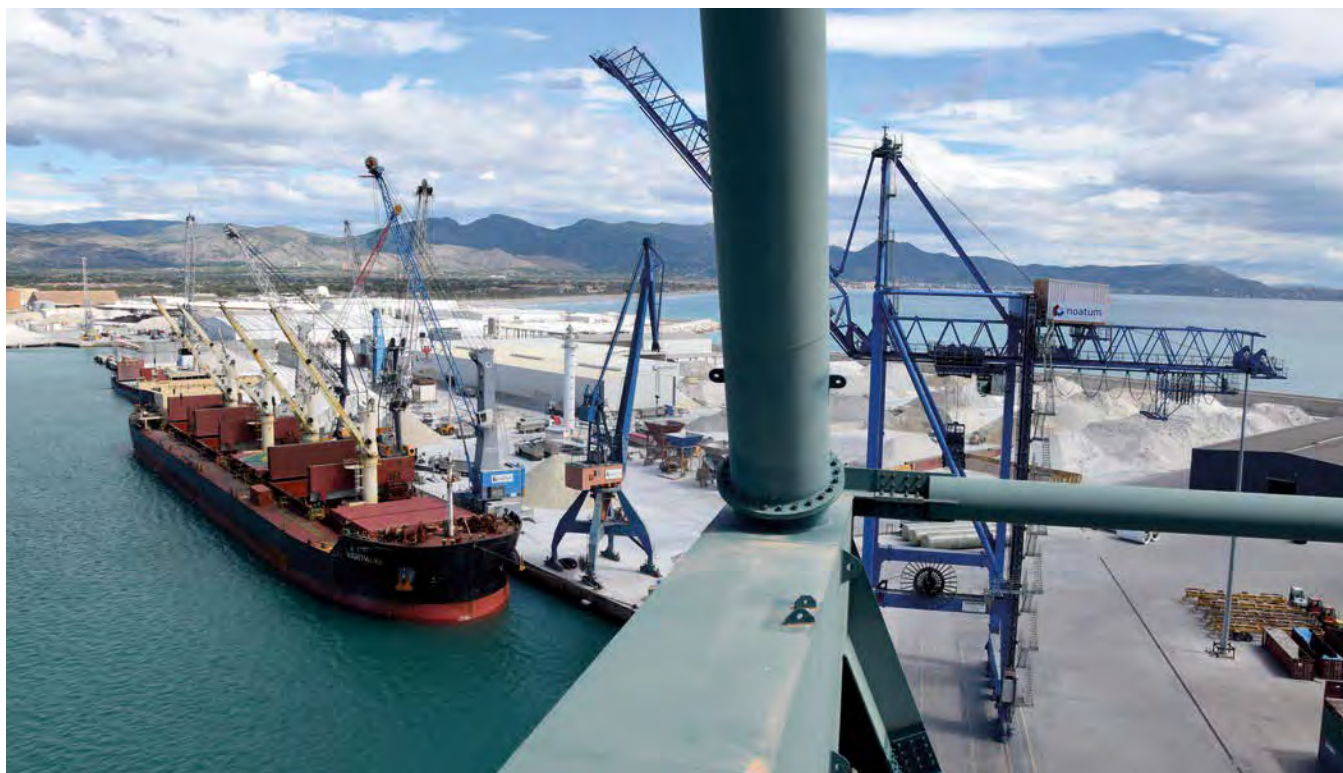
cias, nos hemos marcado el compromiso de contribuir a la consecución de los 17 objetivos mediante diversas iniciativas. Para ello, se han introducido acciones concretas como el crecimiento azul que implica un desarrollo sostenible en los entornos portuarios”.

El nuevo Plan Estratégico de PortCastelló, que ha sido aprobado por Consejo de Administración y presentado recientemente, “*implica e involucra a nuestra comunidad portuaria y a nuestros stakeholders, que están traba-*

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN DE LA POBREZA 	2 HAMBRE CERO 	3 SALUD Y BIENESTAR 	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 	5 IGUALDAD DE GÉNERO 	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO 
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 
13 ACCIÓN POR EL CLIMA 	14 VIDA SUBMARINA 	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





jando en la aplicación de las acciones que plantean los ODS, y por lo tanto, es un beneficio mutuo”.



El puerto de Castellón viene trabajando en los últimos años en un crecimiento sostenible, adecuado a su entorno, no solo en materia medioambiental, sino también desde una perspectiva institucional, social y económica.

Por ello, **PortCastelló** viene implementando medidas de innovación, sostenibilidad y seguridad relacionadas, por ejemplo, con la reducción del consumo de energía o de la huella de carbono, controlando y minimizando las emisiones a la atmósfera generadas en la manipulación y almacenamiento de graneles sólidos, aplicando medidas que permiten una respuesta eficaz ante posibles emergencias de contaminación marina, y promoviendo infraestructuras ferroviarias como alternativa más eficiente al transporte por carretera.

Por otro lado, la Autoridad Portuaria de Castellón está impulsando proyectos innovadores de la mano de em-

presas del sector, así como de instituciones y asociaciones de la provincia, para fomentar la economía del conocimiento e implantar una cultura de responsabilidad social y transparencia en la planificación de todas sus actuaciones.

Todos estos proyectos de futuro van a influir en la consecución de las metas que marcan los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**. De hecho, “*PortCastelló está aplicando una mirada transversal en sus procesos para que todos los proyectos estén impregnados de la filosofía que marcan los ODS*”.

Rafa Simó ha señalado que “*el puerto de Castellón, como institución pública y motor económico, es consciente de que tiene el deber de convertirse en una pieza clave para generar oportunidades que permitan una economía sostenible y un entorno más igualitario e inclusivo*”. •

De la picaresca a la taxonomía de la UE



Marc Agliata
magliata71@gmail.com
Periodista y director de
Comunicación y RSC

Vivimos una auténtica pandemia de sostenibilidad. Todo lo que nos rodea es sostenible sin que sepamos si es realmente verdad o mentira. Si **Valle Inclán** viviera seguro que llamaría a alguno de sus personajes o *Don Resiliente* o *Marqués de Nadieatrás*. Si **Quevedo** pudiera redactar en 2021 seguro que comenzaría sus sonetos con un “Érase una vez un hombre a un Código Ético pegado...” Por doquier lo responsable aflora.

Todo esto lo digo porque, en el fondo pero no desde luego de manera generalizada, comienza a haber algo de picaresca, que tan maravillosamente manejaron D. Ramón María y D. Francisco, en todo esto de la sostenibilidad. El del Siglo de Oro firmó además una frase que muy bien podría traer a colación para seguir introduciendo lo que quiero transmitir en estas líneas: “*Nadie ofrece tanto como el que no va a cumplir*”. Desde estas páginas quiero alertar sobre un adentramiento similar a lo que fue en su día, hace ahora una década aproximadamente, un fenómeno negativo, cuando comenzaba a aplicarse la Responsabilidad Social, llamado *Greenwashing*.

Greenwashing (del inglés *green*, verde, y *whitewash*, blanquear o encubrir), ecoblanqueo, lavado verde o lavado de imagen verde es una forma de una propaganda en la que se realiza marketing verde de manera engañosa para promover la percepción de que los productos, objetivos o políticas de una organización son respetuosos con el medioambiente con el fin de aumentar sus beneficios, según **Wikipedia**. A menudo existe evidencia de que una organización está realizando un lavado de cara verde al observar las diferencias de gasto: cuando se invierte significativamente más dinero en publicitar ser verde que en prácticas realmente ecológicas, añade la enciclopedia digital.

Además de insistir nuevamente en que la Sostenibilidad no solo es impacto medioambiental sino también social, económico y de gestión de buen gobierno, aquí quería llegar. Llevamos casi dos décadas de gestión basada en la Responsabilidad Social Corporativa, pública o privada, y no podemos permitir que las organizaciones utilicen una picaresca sosteni-

nible para reforzar su posicionamiento e incrementar su reputación. Haberlos haylos, aunque no se trata aquí de criticar agudamente las costumbres corporativas o vicios responsables de alguien con intención moralizadora, lúdica o meramente burlesca. Se trata de seguir erigiendo una moral corporativa veraz, rigurosa y útil para la sociedad y el planeta. Quiero alertar pero no asustar.

¿Y por qué? Porque la **Unión Europea** va a apretar la tuerca para que todo este proceso de transformación corporativa sea cada vez más potente y contundente. Pronto llegará la denominada **taxonomía de la Unión Europea**, una nueva clasificación de las actividades económicas que contribuirá a los objetivos medioambientales europeos, tales como mitigar y adaptarse al cambio climático, la transición a una economía circular o la protección de la biodiversidad, entre otros. Este listado de activos permitirá a los inversores y a los ciudadanos saber, de forma objetiva, si una actividad contribuye significativamente a las metas de sostenibilidad de Europa.

El fin de esta nueva taxonomía es aumentar la confianza en las inversiones verdes y en que estas cumplan con unos criterios sólidos y transparentes alineados con el Pacto Verde Europeo y los compromisos bajo el Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la **ONU**, los ODS. Con la implantación de la taxonomía, cualquier inversor que invierta en empresas y patrimonios que se declaren como verde, podrá saber hasta qué punto lo son de verdad.

La taxonomía de la UE será una herramienta para ayudar a los inversores, empresas, emisores y promotores de proyectos a navegar por la transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono, resiliente y eficiente en el uso de los recursos económicos, sociales y medioambientales.

Todo este cambio llegará en verano y el reglamento taxonómico, si se me permite esta palabra, amenaza con que todas las empresas estarán obligadas a proporcionar un estado de información no financiera en el que la picaresca no servirá. Sin *Greenwashing* posible. Todo deberá ser veraz y riguroso. No podrá haber ni Luces de Bohemia ni Buscones. •



El lastre de las nuevas tarifas eléctricas

La factura eléctrica es uno de los principales gastos a los que hacen frente las empresas. Un desembolso sujeto a diferentes variaciones que tiene un efecto directo en la productividad y competitividad de los negocios y que amenaza con complicarse con la llegada del mes de junio.

A los sobresaltos habituales en forma de subidas de los meses de invierno y verano, y las cifras prohibitivas del pasado abril, se suman las nuevas tarifas de peaje eléctrico, que entran en vigor el 1 de junio.

Ante este nuevo sistema de peajes, las pymes –en especial aquellas que

dispongan de un servicio superior a los 15kW– deberán controlar y auditar cómo y cuándo hacen uso de la red, ya que no hacerlo puede derivar en un sobrecoste energético de entre el 25 y el 37 %.

El nuevo sistema establece tres tarifas diferentes para contratos inferiores a los 15kW. Pero para los consumos superiores se fijan hasta seis periodos tanto en consumo como en potencia contratada, siendo diferente según la hora y el mes. Variaciones que hacen que la electricidad diurna –incluyendo fines de semana y festivos– vaya a ser más cara y la nocturna más barata.

Las superficies comerciales, de consumos muy estables a lo largo del día, o muchas industrias donde trasladar su producción a otros horarios es muy complicado, y seguramente, tampoco rentable, se verán especialmente afectadas. El turismo, que tanto ha sufrido esta pandemia será, otro de los grandes perjudicados. En general, los consumidores diurnos pueden incrementar su factura final hasta en un 30 %.

El autoconsumo fotovoltaico se presenta como la alternativa más viable para devolver al empresario el control de sus gastos fijos. Una solución frente a un sistema cada vez más complejo e inestable, que cambia cada cierto tiempo y que impide hacer planificaciones a medio y largo plazo.

Los sistemas de autoconsumo fotovoltaico, como los que instala **Cubierta Solar**, son una gran oportunidad para independizarse de la red convencional de energía y producir gran parte del suministro diurno necesario. La instalación fotovoltaica produce electricidad todos los días del año justo cuando más cara es de la red, ahorrando kWh caros de la red por económicos de la fotovoltaica.

Una decisión que no solo supone una inversión económica y medioambiental, sino que abre un horizonte de libertad, sin someterse a los cambios en los sistemas de tarifas. Además, sin ningún tipo de inversión. ●

La primera targeta que contribueix a la igualtat de gènere.

caixa popular

On toca estar.

caixapopulardona.es





Macer se suma al Patronato de la Fundación UJI-Empresa

Redacción E3
 Imagen: UJI
 redaccion@economia3.info

La firma **Macer** (1973) dedicada a desarrollar, diseñar, producir y mantener moldes cerámicos para la industria del azulejo, se ha incorporado al Patronato de la **Fundación Universitat Jaume I-Empresa**, que cuenta ya con 33 empresas y entidades que avalan con su presencia su razón de ser, servir de nexo de unión entre la UJI y la sociedad de Castellón.

Agustín Poyatos, gerente de Macer, suscribió el acta de adhesión en presencia de la rectora de la UJI y presidenta de la FUE-UJI, **Eva Alcón**; del presidente de honor de la Fundación, **Rafael Benavent**; y del presidente ejecutivo de la Fundación, **Carlos Cabrera**.

Poyatos mostró su interés en colaborar con la FUE-UJI: *“Creo en la responsabilidad social empresarial. Hay que asumir compromisos con el conjunto de organizaciones en torno a un interés común para solucionar problemas de la sociedad”*. *“La incorporación de Macer a la FUE-UJI es de gran importancia en sus acciones sociales”*, afirmó.

Alcón subrayó que *“Macer representa la innovación, la vanguardia y el compromiso social, además de ser un ejemplo de adaptación a escenarios complejos y de capacidad de superación, valores intangibles que compartimos en la UJI”*. En este sentido, Alcón destacó que esta adhesión *“abre una ventana más de oportunidades para fomentar las relaciones entre la UJI y la empresa”*. ●



La Cátedra Industria 4.0 impulsa la eficiencia energética

La **Cátedra Industria 4.0** de la UJI promoverá proyectos de digitalización, gestión y eficiencia energética en empresas industriales del entorno en 2021. En concreto, la instalación de sensores para desarrollar sistemas de gestión, automatización de procesos de fabricación y evaluación del rendimiento de los sistemas de producción. En cada uno de los proyectos participarán las empresas patrocinadoras de la cátedra y otras firmas proveedoras de tecnología y *hardware*. La previsión es lanzar al menos tres proyectos.

Estas actividades fueron aprobadas por la comisión de seguimiento de la Cátedra integrada por el vicerrector adjunto de Transferencia, Innovación y Emprendimiento de la UJI, **D. Cabedo**; el CEO y la gerente de Exclusivas Energéticas, **M. Crespi** y **E. Pitarch**; el responsable de Industria 4.0 de Sacmi Ibérica, **S. Sanz**; el director de negocio de IT Backing, **V. Pinardell**; y el director de la Cátedra, **J. A. Heredia**. ●

La UJI tramita la construcción de un nuevo edificio de innovación

La UJI ha iniciado la tramitación para dotar al campus de un edificio de transferencia e innovación con un presupuesto previsto de ocho millones de euros. La rectora de la UJI, **Eva Alcón**, explicó que este nuevo equipamiento *“estará destinado a grupos e institutos*

de investigación y a empresas de valor añadido con el objetivo de potenciar la transferencia de resultados a partir de la actividad investigadora que se realiza en la Universitat”.

La rectora subrayó la apuesta por potenciar la actividad investigadora de la

Universitat, que en los últimos tres años ha invertido casi seis millones en la renovación de equipamientos e infraestructuras científicas y la inauguración del **Centro de Investigación en Robótica y Tecnologías Subacuáticas (Cirtesu)**, un centro puntero a nivel internacional. ●



EDEM potencia la carrera profesional de los directivos

EDEM Escuela de Empresarios iniciará en noviembre la primera edición del **Advanced Management Program (AMP)**, un programa que tiene el objetivo de potenciar la carrera profesional de los directivos.

“El programa se dirige a directivos con al menos diez años de experiencia que quieran crecer profesionalmente for-

teciendo su visión estratégica. Los participantes desarrollarán sus habilidades de liderazgo y de toma de decisiones, adquirirán nuevas herramientas y conocerán las últimas tendencias en management”, explica **Marcos Laguía**, director del programa.

AMP está estructurado en los siguientes bloques: Estrategia Empresa-

rial, Globalización, Finanzas, Marketing y Ventas, Recursos Humanos, Cadena de Valor, Transformación Digital y Habilidades Directivas. “Las clases estarán impartidas por directivos de empresas destacadas como Vodafone, Air Nostrom, Smurfit Kappa, Torre Oria o Mercadona, entre otras”, añade.

El programa comenzará en noviembre y finalizará en julio de 2022. Las sesiones se desarrollarán en grupos reducidos los viernes de 16 a 21 h y los sábados de 9 a 14 h en fines de semana alternos, un formato compatible con la actividad profesional para aquellos que buscan reinventarse y asumir nuevos retos.

“AMP transforma y desarrolla las carreras profesionales, ayudando a los participantes a convertirse en líderes dentro de sus organizaciones”, finaliza Laguía. •



Les formes de pagament canvien, nosaltres no tant



La Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche abre la preinscripción de los 48 másteres oficiales, dos de ellos nuevos

Un máster para cada perfil profesional

Redacción

Imagen: Archivo E3

redaccion@economia3.info

El Máster en Fisioterapia para el Abordaje del Dolor Neuro-Músculo-Esquelético y el de Estadística Computacional y Ciencia de Datos para la Toma de Decisiones se incorporan como novedad al abanico de posgrados de la **Universidad Miguel Hernández (UMH)** de Elche para el curso académico 2021-2022. Con estos dos nuevos títulos oficiales, la Universidad completa su oferta académica con un total de 48 másteres oficiales.

En este sentido, más del 90 % de los estudiantes que han finalizado un máster en la UMH logran insertarse en el mercado laboral en menos de un año.

La oferta de másteres de la UMH se especializa en diferentes ramas del co-

nocimiento, con el fin de potenciar el perfil profesional del estudiantado. Estas disciplinas se distribuyen en las áreas de Ciencias de la Salud; Agro y Territorio; Arte, Humanidades y Educación; Periodismo y Comunicación Científica; Empresa, Auditoría, Asesoría y Prevención; Ingeniería y Biotecnología; Abogacía y Criminología; y Psicología de la Salud Laboral. Además, la UMH brinda al alumnado la posibilidad de cursar algunos de sus estudios a través de la modalidad presencial, semipresencial y a distancia, la más demandada en los últimos años. El sello de la UMH garantiza una formación a distancia de calidad, reforzada con una opción presencial en grupos reducidos y especializados.

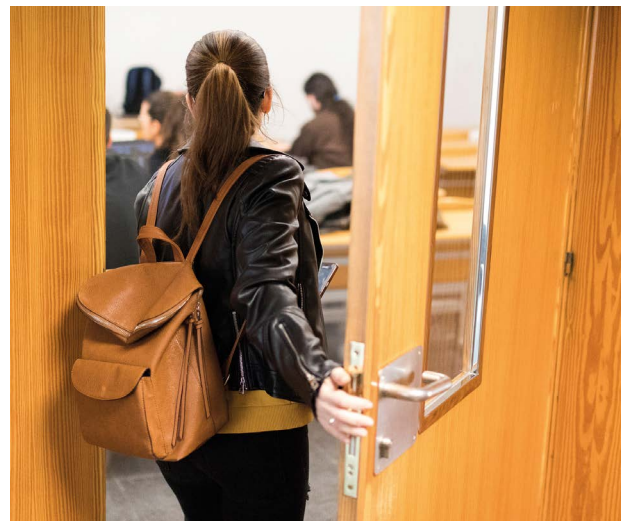
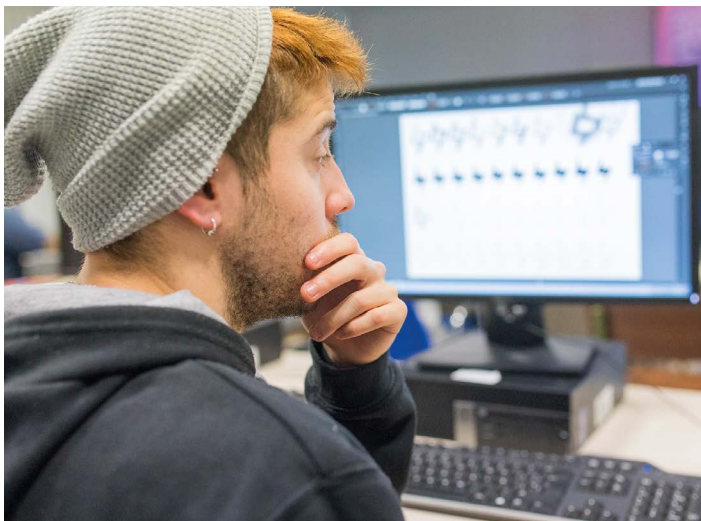
Ayudas al estudio

La UMH ofrece al estudiantado de grado y máster con menos recursos más

de 475.000 euros anuales en becas y ayudas propias dentro del Plan de Becas y Ayudas al Estudio, además de la posibilidad de fraccionar el pago de la matrícula hasta en 12 meses sin intereses, con el fin de priorizar la formación. Además, se destinan 75.000 euros más a becas comedor cada curso para sufragar parcialmente los gastos en alimentación del estudiantado. Asimismo, la UMH ofrece a sus estudiantes la posibilidad de acceder al programa LUMH que, junto al programa gratuito de aprendizaje de inglés IRIS UMH, impulsa el aprendizaje de valenciano e inglés.

Por otro lado, la UMH mantiene convenios con más de 13.000 empresas, que permiten al alumnado realizar prácticas mientras estudian y, así, facilitar su inserción laboral.

El primer plazo de preinscripción a los 48 másteres oficiales para el curso académico 2021/2022 finalizará el 25 de junio y el segundo se abrirá el 28 de julio hasta el 10 de septiembre. Toda la información sobre la oferta de posgrados, así como sobre los periodos de preinscripción y matrícula se pueden consultar en: <http://masters.edu.umh.es>. •



AGROECOLOGÍA Y AGROTURISMO
ABOGACÍA
ASESORÍA FISCAL
ATENCIÓN PRIMARIA
AUDITORÍA DE CUENTAS
BIOTECNOLOGÍA
CIENCIA DE DATOS*
COMUNICACIÓN CIENTÍFICA
CONTABILIDAD
COOPERACIÓN
COSMÉTICA (ERASMUS MUNDUS)
ENERGÍA SOLAR Y RENOVABLES
EFICIENCIA ENERGÉTICA
ESTUDIOS CULTURALES
FISIOTERAPIA
GERONTOLOGÍA
GESTIÓN DE RRHH
GESTIÓN SANITARIA
GESTIÓN DE RESIDUOS ORGÁNICOS
IGUALDAD DE GÉNERO
INFECCIOSAS Y SALUD INTERNACIONAL
ING. AGRONÓMICA
ING. ELECTRÓNICA
ING. TELECOMUNICACIÓN
ING. INDUSTRIAL
INNOVACIÓN EN PERIODISMO
INTERVENCIÓN CRIMINOLÓGICA
INVESTIGACIÓN CLÍNICA
INVESTIGACIÓN EN ARTE
MBA
MEDICINA CLÍNICA
MEDICINA DE URGENCIAS
NANOCIENCIA Y NANOTECNOLOGÍA
NEUROCIENCIA
NEUROPSICOFARMACOLOGÍA
PREVENCIÓN DEL CRIMEN
PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
PROYECTOS E INSTALACIONES
PSICOLOGÍA SANITARIA
RECURSOS HÍDRICOS Y ENERGÉTICOS
RENDIMIENTO DEPORTIVO
ROBÓTICA
SALUD PÚBLICA
TECNOLOGÍA AGROALIMENTARIA
TERAPIA OCUPACIONAL
TERAPIA PSICOLÓGICA
VALORACIÓN Y CATASTRO
VITICULTURA



Nuestro Club Deportivo Empresarial ALCATÍ

Desde Economía 3 ponemos en marcha un club donde empresarios y directivos podrán disfrutar del deporte de la vela latina y hacer networking en un entorno espectacular como es La Albufera

Elisa Valero
Imagen: Fran Silvestre Arquitectos
redaccion@economia3.info

En este número, te presentamos un proyecto del que **Economía 3** es promotor y con el que, en nuestro 30 Aniversario, pretendemos aportar un valor añadido a nuestros lectores, clientes y suscriptores. Se trata del **Club Deportivo Empresarial Alcatí**, que pretende fomentar el deporte de la vela latina, la tradición y la cultura del entorno de La Albufera.

Entre sus fines fundacionales se encuentran fomentar, entre el tejido empresarial, a través del deporte de la vela

latina, los principios de competitividad y trabajo en equipo, respetando nuestro entorno y nuestras tradiciones.

El proyecto se encargará de visibilizar cómo contribuyen las empresas con la sociedad en general y La Albufera en particular de la mano de este medio de comunicación.

¿Por qué ser miembro del club?

Deporte: Te permitirá practicar uno de los deportes con mayor tradición en las privilegiadas aguas del Parque Na-

tural de La Albufera, en un entorno privilegiado y a escasos 10 kilómetros de València. El Club cuenta con una escuela de vela que facilitará la formación y la práctica de esta disciplina entre sus asociados.

Networking: También podrás hacer networking en un espacio distendido para intercambiar ideas y experiencias entre directivos y responsables de empresas.

Valores: Además, se fomentarán valores como el espíritu deportivo que se aúna con los valores empresariales, co-

ALCATÍ

CLUB
DEPORTIVO
EMPRESARIAL

mo son el espíritu emprendedor, la innovación, la mejora continua, la formación y el crecimiento. Asimismo, la sostenibilidad y el respeto por el medioambiente son las señas de identidad del Club.

Comunicación: Necesaria en el día a día de una compañía, no solo para crear una identidad corporativa y mantener la reputación empresarial, sino porque se compra lo que se conoce y se invierte en lo que se confía. Por ello, Economía 3 actuará como partner en comunicación de los socios del Club

Empresarial aportando su *know how* a todos ellos.

Por último, Alcatí y su entorno tienen una gran historia donde se aúnan varias disciplinas que iremos desgarrando en las siguientes ediciones de la revista.

Les adelantamos algunos de ellos para que vayan haciendo boca. En este mismo número van a encontrar información detallada sobre un deporte muy arraigado en nuestra Albufera, la

vela latina, para navegar contra el viento sin la ayuda de los remos y con una sola vela de forma triangular.

En las siguientes ediciones dedicaremos un espacio a la arquitectura. En este sentido, el Club Alcatí, en su labor por defender el entorno y las tradiciones, está restaurando la auténtica y única barraca que queda en El Palmar, la **Barraca del Tío Aranda**. •

Navegar con motores del s. XXI en barcas del s. XIX

Cuáles son las peculiaridades de la vela latina y por qué tiene tanto arraigo en nuestra tierra? ¿Cómo ha avanzado hasta nuestros días? ¿Qué valores promueve? Hablamos con **Paco Baixauli**, fundador de la **Asociación de Vela Latina** que dio origen al **Club Deportivo Empresarial Alcatí**.

"Es una seña de identidad de nuestro territorio, las barcas, con los aparejos que tanto muestra Sorolla en sus cuadros", describe Baixauli.

El fundador de la Asociación nos habla primero de los vientos. *"El Mediterráneo es un mar entre tierras donde el viento cambia constantemente y se encauza por los valles, las vaguadas, las montañas..."*. Por ello, –continúa– *"la vela latina es muy versátil y nos permite navegar prácticamente contra el viento, algo que no se puede hacer con una vela cuadra"*, recalca.

Desde el Club Alcatí, *"estamos interesados en mantener la estructura de navegación tradicional"*. Para ello, *"estamos eliminando el motor de explosión y sustituyéndolo por **motores eléctricos que no generan ruido y no contaminan** y que están alimentados por baterías"*.

Para conseguir este objetivo, adelanta Baixauli, *"estamos haciendo motores y baterías específicas porque nuestras embarcaciones son estrechas de popa, no pueden llevar mucho peso... Incluso estamos haciendo pruebas de autonomía con motores de 5 y 10 kw y vemos que nos funciona. Por lo tanto, en este apartado somos totalmente innovadores"*, reconoce.

De esta forma, consiguen también que sus barcas sean tan afiladas, tan estrechas de popa, como eran las barcas de principios del s. XX. *"Al quitar de popa un motor tan pesado, podemos hacer barcas más afiladas y pueden navegar mejor para ir a vela"*.



En un segundo paso, destaca Baixauli, tienen previsto **sustituir la fibra de vidrio** y poliéster que forra sus barcas por madera, *"con algún elemento que le aporte impermeabilidad"*. El objetivo, incide, *"es llegar a trabajar con materiales totalmente respetuosos con el medioambiente ya que la fibra de vidrio pasa al agua y de aquí al cieno del fondo del lago"*.

Igualmente, desde el club ya están preparando ocho barcas y quieren acabar 2021 con un total de 30 que construirán utilizando las tecnologías habituales, *"del tal forma que navegare-*

mos con motores del s. XXI en barcas del s. XIX".

Desde el Club tienen previsto contar también con diferentes tipologías: desde el *Barquet*, que mide unos cuatro metros y medio, hasta barcas de 9 metros.

En La Albufera se navega solo con una vela y se puede alcanzar con Poniente o Levante fuerte entre 10 y 12 km/h. *"Si sopla más, le quitamos rizadas ¿Cómo? Haciendo la vela más pequeña y bajando la botavara. De esta forma bajas el centro de gravedad y la barca es más estable"*, concluye Baixauli. •

Dominando los vientos de La Albufera

La vela latina recupera su historia y actividad en el lago valenciano

Maria Josep Serra |
Imagen: Fran Silvestre Arquitectos |
redaccion@economia3.info |



LIVING

Elegante, bella y eficaz. Son algunos de los adjetivos que emplean los usuarios de este tradicional tipo de navegación que se remonta a los griegos. En el Mediterráneo se consolidó durante la dominación árabe, hasta llegar a La Albufera. Es una embarcación de entre cinco y ocho metros de eslora, que debe el nombre a su peculiar vela triangular, antiguamente de algodón; dispuesta en una antena que cruza transversalmente el arbol (mástil) de quince centímetros de diámetro y más de cuatro metros de longitud, situado en el pont, una gruesa pieza de madera con forma curvada como un puente. Lo que diferencia un barco de vela latina que navega en mar abierto a uno que lo hace por el lago valenciano es su quilla, el fondo de su estructura. Las embarcaciones albuferenques, tradicionalmente construidas en madera de fresno, tienen la quilla plana y eso les facilita la navegación en aguas de poca profundidad.

“La que estás viendo es de carga, como las que se hacían antes, navega con 30 centímetros de agua. Tiene mucha base plana que permite cargar tierra, arroz, paja, arena, grava, todos los materiales que se sacaban del lago para trabajar. No había motores y lo mejor era ir a percha, empujándose con un palo y con una cuerda atada que se lanzaba por los márgenes de las acequias, y cuando se podía, que hacía viento, a vela. Y la mejor era la vela latina”, señala **Batiste Granero**, presidente de la **Asociación de Vela Latina de Silla**, constructor de la barca a la que hace referencia.

La organización de Silla es la más antigua, se creó en 1988, de las que se han fundado en los últimos años con el objetivo de promocionar y dar a conocer el diseño autóctono de esta modalidad de embarcación. *“Que al mismo tiempo cuida del parque natural”,* resalta Granero mostrando orgulloso su artesanal barca. *“Aquí hemos rescatado lo que mucha gente tenía guardado en su casa y en el puerto. Por eso tenemos un material tan auténtico y hemos podido realizar una tipología de las anti-*

guas embarcaciones, algunas con más de 100 años y que todavía navegan”, agrega uno de los fundadores de la **Federación Valenciana Cultural de Vela Latina**, que se constituyó en 2012.

El objetivo, formado por las asociaciones de Silla, Catarroja, Els Pescadors de Catarroja, el Palmar, Sollana, Alfafar y el Perellonet, era recuperar el patrimonio cultural valenciano de las embarcaciones y la navegación de vela latina en La Albufera. Y lo consiguieron. El 4 de noviembre de 2016 el Consell declaró de Bien de Interés Cultural Inmaterial (BIC) las actividades tradicionales de La Albufera de València: la pesca artesanal y la navegación de Vela Latina. La finalidad de la declaración proporcionó varias medidas de protección: realizar tareas de identificación, vista e investigación, estudio y documentación con criterios científicos; incorporar los testigos disponibles a apoyos materiales para garantizar la protección y preservación; velar por el normal desarrollo y pervivencia de esta manifestación cultural y tutelar la conservación de sus valores tradicionales y su transmisión a las generaciones futuras.

La declaración BIC facilitó que, con criterios científicos, se consensuaran las tipologías de las embarcaciones tradicionales albuferenques, además de sus elementos más característicos, permitiendo obtener un referente histórico del pasado que **Vicente Blasco Ibáñez** muestra a la perfección en *Cañas y Barro* y *Flor de Mayo*. *“Las embarcaciones que navegan por La Albufera apenas han variado. Afortunadamente, el Ayuntamiento ha ido restringiendo la*

”

LO QUE DIFERENCIA UN BARCO DE VELA LATINA QUE NAVEGA EN MAR ABIERTO A UNO QUE LO HACE POR EL LAGO VALENCIANO ES SU QUILLA, EL FONDO DE SU ESTRUCTURA



normativa del uso del lago y en la actualidad solo las barcas albuferenques pueden hacerlo. Tienen que ser de madera y con la fisonomía clásica valenciana. Ahora hay matriculadas 1.100 barcas”, destaca Granero.

Rafael Noguera, exjefe de ardiología del **Hospital General Universitario de Valencia**, médico emérito del centro sanitario, navega en vela latina desde hace más de 20 años. En la actualidad recorre los parajes del parque natural con su centenaria barca rehabilitada, *Illa de l'Estell*. *“Cuando empecé en la navegación a vela en La Albufera formamos el Club Asociación de Vela Latina Valenciana El Palmar, rehabilité un albuferenc gamber y me lancé a navegar”,* comenta. *“Dado mi espíritu innovador diseñamos una embarcación, La Trina, respetando las morfologías de todas las embarcaciones del lago, aportando el máximo de seguridad en la flotabilidad y con un amplio espacio interior seguro, ya que la enfocamos a la docencia de gente joven. Estaba realizada con materiales sostenibles y con el máximo respeto al medioambiente, sin problemas de mantenimiento. La llamamos el Albuferenc del siglo XXI y el proyecto en su totalidad fue promocionado por su utilidad. Durante esa etapa la pedanía de El Palmar también nos ayudó a diseñar un pantalán de amarres en su puerto”.*



Noguera había navegado desde muy joven en el mar Mediterráneo con catamaranes. “Con un grupo de amigos, al frente del cual estaba Paco Ballesterro, fuimos los primeros que diseñamos y construimos nuestros barcos en Bellreguard y Daimuz, disfrutándolos mucho en la década de los 70, luego pasamos a otros catamaranes de clases competitivas”, recuerda. Pero descubrió la vela latina y La Albufera. Tanta es la pasión que Noguera siente por esta histórica actividad lúdica y deportiva que tiene previsto publicar en breve un libro titulado Vela Latina en la Albufera de Valencia. “Intento, junto con mis amigos y colaboradores, describir la rica herencia recibida por nuestros antepasados de València, La Albufera y su vela latina”, resalta Noguera.

- ¿Por qué los valencianos desconocen tanto esta modalidad?

- El desconocimiento va parejo a la falta de conocimiento e información de los valencianos respecto a su Albufera, pero, afortunadamente, esto cada día va mejorando gracias a las asociaciones y las promociones oficiales y privadas. La vela latina en la mar ha sido un poco más conocida debido al uso que de ella han hecho algunos de nuestros pintores y novelistas, que salvo alguna notoria excepción la han ignorado. Hoy en día, la vela latina, gra-

cias al esfuerzo de las asociaciones, está resurgiendo y consecuencia de ello fue que consiguiéramos la declaración BIC.

- ¿Se perderá?

- Como todo lo relacionado con la cultura, podrá tener sus altibajos, sus defensores y sus detractores, pero con el entusiasmo y las ganas que le ponemos todos nosotros y el apoyo de nuestros colaboradores, públicos y privados, La Albufera y sus actividades tradicionales perdurarán a través de los tiempos y las generaciones futuras podrán amarla y disfrutar de ella como lo hicieron nuestros antepasados.

- ¿Qué podemos hacer para recuperarla?

- Para recuperarla, lo primero es amarla y conocerla, y luego, como todo buen legado, transmitirlo a nuestra a nuestra sociedad y, sobre todo, a nuestros hijos y estos a sus hijos.

Por ello, estamos recogiendo el máximo de conocimientos de La Albufera de València, de la vela latina valenciana en sus aspectos de vida, trabajo, cultura y deporte, de la técnica de navegación con ella y un amplio glosario de todos los vocablos y terminologías relacionados. Hemos creado asociaciones en la mayoría de los municipios ribereños a La Albufera y hemos desarrollado la Federación Cultural Valenciana de Vela Latina que estamos integrando en la Federación de Vela de la Comunidad Valenciana, unificando la navegación con vela latina en el lago y en la mar. Pero el capítulo que más nos motiva es la creación de escuelas de vela latina.

- ¿Qué diferencia existe entre navegar en el mar y hacerlo en La Albufera?

”

LAS EXHIBICIONES DE VELA LATINA YA ESTÁN EN MARCHA DE NUEVO Y LAS ESCUELAS VUELVEN A SUS CURSOS HABITUALES

- En La Albufera se navega rodeado de la historia de nuestra cultura y de nuestras gentes, de una fauna y una vegetación únicas, que definen un entorno mágico de gran belleza, y es en nuestras exhibiciones, con los *albufereñcs* de vela latina donde nos sentimos rodeados en todo momento de esta naturaleza exuberante y viva que nos hace sentir felices, orgullosos y afortunados de formar parte de nuestro pueblo valenciano, orgullosos y enamorados de esta tierra que nos han transmitido nuestros padres y abuelos junto con los principios y la técnica de navegación y con el arte de construcción de nuestras barcas.

Su sabiduría, su sentido común y equilibrio, todos sus conocimientos vitales, sus hábitos y costumbres y, sobre todo, sus sueños y sus realidades. Nos sentimos muy orgullosos de todos ellos y es lo que nos motiva a luchar por mantener nuestra Albufera y su entorno, que tanto significa para nosotros.

- ¿Sus hijos y nietos siguen con la tradición?

- Por supuesto que sí, algunos me superan en afición, que ya es difícil. Me he preocupado siempre de inculcarles, además de los valores humanos fundamentales, la valencianía y su cultura y también el arte de navegar. Todos han hecho y hacen cursillos veraniegos sobre navegación y siempre que pueden vienen conmigo.

La actividad ya se ha reanudado en las diferentes asociaciones de vela latina de La Albufera, paralizada hasta ahora por la COVID-19. Las exhibiciones ya están en marcha de nuevo y las escuelas vuelven a sus cursos habituales. **Carmina Calabuig** es una joven alumna que estudia Control y Educación Ambiental en Cheste. Un trabajo de clase le ha permitido conocer y navegar por primera vez por el puerto de Catarroja. “Es maravilloso. Ha sido un descubrimiento. Y pienso aprender a navegar por La Albufera. Te lo recomiendo”, me dice entusiasmada. •



Asadores medievales, viajar por la historia y la gastronomía

Textos y Fotos:
Juan Manuel Baixauli
redaccion@economia3.info

Desde la **Asociación de Asadores de Lechazo de Castilla y León** hablan de “*el barro, el fuego y el sabor del horno de leña*”, pero estoy convencido de que el producto también es clave, por su ganadería y la forma de cría, así como la leña de encina. Pero me gusta, además, integrarlo con el territorio, y que el contexto acompañe, todo juega en la experiencia del viaje.

En su corazón, la Ribera del Duero, que salpica las provincias de Soria, Burgos, Segovia y Valladolid. Así que el complemento del vino lo tenemos al alcance de nuestro viaje. Y una bodega especial que nació en 1964 en Valbuena de Duero, y que dio origen a uno de nuestros vinos más internacionales y más reconocidos: **El Vega Sicilia**. Pero este territorio tiene múltiples bodegas, marcas que todos sabemos reco-

En la comunidad de Castilla y León existe una asociación de Asadores de lechazo, sin duda un plato típico, tradicional y que ha perdurado durante siglos, uno de los platos emblemáticos de este territorio. Hace unos años se impulsó la actividad tratando de recoger, de la mejor forma posible, esta tradición, la asociación nació en 2002 (prueba de la importancia que la gastronomía ha adquirido en nuestro país, como ocurre en otros muchos lugares de nuestro territorio) poniendo en valor los asadores y las técnicas medievales, una cultura gastronómica antigua y clave para el territorio.

nocer (**Pago de Capellanes, Valduero, Pomar Viñedos, Pago de Carraovejas, Protos, Dominio de Pingus, Pesquera, Emilio Moro...**), y que le aportan a la experiencia de viajar un componente gastronómico esencial.

En esta ocasión, el viaje estaba centrado en **Pedraza** (Segovia), disfrutar de la gastronomía local en una de las villas medievales mejor conservadas de España. Se trata del otro componente que envuelve y le da sentido a esta escapada. Es un pueblecito cercano a Segovia, totalmente amurallado y que vivió una cuidadosa rehabilitación, que finalmente permitió

declararlo conjunto histórico. La mayoría de sus casas y palacetes datan de los siglos XVI y XVII. Su acceso se debe realizar por “*la Puerta de la villa*”, es la única forma, y esto ya le configura un carácter especial, me encanta. Antes las puertas se cerraban durante la noche, y permitía proteger a la población. Al entrar, y recorrer sus calles empedradas, sus casas de piedra muy bien conservadas, sientes retroceder en el tiempo.

Hay edificios singulares, como la cárcel que fuera restaurada en el s. XX, conocer su historia y como eran tratados los presos produce escalofríos. O el



Asador tradicional



El "concierto de las velas" de Pedraza



Puerta de la Villa (Pedraza)

castillo, una preciosa fortaleza del siglo XIII, con su impresionante torre del homenaje, el foso y una ubicación sobre un precipicio que lo hace inaccesible. Pero me quedo con la experiencia de recorrer sus calles y llegar a su plaza mayor, porticada, amplia y perfectamente conservada (y escenario de muchas películas, ¡incluso de **Orson Wells!**). No he tenido la oportunidad de asistir, todavía, a su conocido "*concierto de las velas*" o también llamado la "*noche de las velas*". Todo el pueblo se decora con cirios, se apagan las luces de la población y la música recorre las calles convirtiendo al pueblo en un espectáculo único y sobrecogedor. La puesta de las más de 35.000 candelas

”

MÁS DE 35.000 CIRIOS ALUMBRAN EL "CONCIERTO DE LAS VELAS" DE PEDRAZA. UN ESPECTÁCULO ÚNICO

les lleva casi cuatro horas. El resultado es impresionante. Y esto ocurre los dos primeros sábados de julio. Creo que es el momento para hacer la visita, por que han conseguido convertir un pueblo medieval, iluminado con velas y actuaciones de orquestas de relieve internacional, en una experiencia única.

Hay varios asadores para disfrutar de la gastronomía, los dos que yo he conocido me encantaron, el **Jardín**

de Pedraza, no solo por sus jardines y sus vistas, sino por la calidad de su cocina y el cochinillo asado (entre otras posibilidades). También he visitado la **Olma de Pedraza**, acogedor, se trata de un antiguo caserón del siglo XVI, en diferentes alturas y con terraza de verano. De nuevo hay que dejarse llevar por sus asados y la última vez que estuve disfrutamos de un vino Vega Sicilia, porque tiene una excelente carta de vinos. Un día es un día.

También cuenta con múltiples alojamientos, los hay dentro de las propias murallas, en el pueblo, con el encanto de sus paredes de piedra, la historia y una decoración castellana. Me parece una escapada preciosa. •

Eficiencia, control y servicio personalizado en tus viajes de empresa con la tecnología líder

IMPLANTACIÓN TECNOLÓGICA GRATUITA

Suscríbete **GRATIS** a nuestra **Newsletter diaria**



Información de calidad y actualidad sobre:

Economía **Empresa** **Finanzas**



Economía

3

30
ANIVERSARIO

Información para el liderazgo

Nº 333 / 5€
MAY. 2021

Ranking 
1200 líderes
Que más crecen



mercadodefacturas
GEDESCO FINTECH

FACTURA y COBRA

Recibe el cobro de tus facturas al
instante y evita impagados

Descubre el coste
de tu financiación
100% online:




mercadodefacturas.es
900 906 200



Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
1	207	Wewi Mobile, S.L.	ALC	507,13	16.673	2.746	309	180
2	78	Riba Mundo Tecnología, S.L.	VLC	505,67	36.209	5.978	252	49
3	62	Salvador Vila, S.L.	VLC	497,65	55.693	9.319	23.076	-1.192
4	340	Terra Mítica Parque Temático Benidorm, S.A.	ALC	454,20	11.569	2.088	699	-4.298
5	339	Abo Wind España, S.A.U.	VLC	361,04	11.596	2.515	919	183
6	47	Medimotors Premium, S.L.	ALC	341,37	67.057	15.193	987	317
7	406	Elche Club de Fútbol S.A.D.	ALC	328,87	9.935	2.317	-935	1.830
8	162	Alianzas en Aceros, S.L.U.	VLC	310,41	20.103	4.898	-5.825	-2.873
9	343	Green RB Capital Partners, S.L.	VLC	292,34	11.463	2.922	550	623
10	68	Rover Maritime, S.L.	VLC	276,71	48.511	12.878	-674	-1.437
11	48	Residencial Vista Alegre, S.A.U.	ALC	263,23	65.770	18.107	17.988	3.129
12	533	Bella House Developments, S.L.	ALC	249,71	7.443	2.128	-39	-35
13	444	Benisol, S.L.	ALC	245,55	8.959	2.593	1.474	-594
14	403	Urbana Gold, S.L.U.	ALC	242,99	9.983	2.911	19	11
15	348	System Logistics Spain, S.L.	CST	237,22	11.282	3.346	599	310
16	457	Menta Innovations, S.L.	VLC	230,26	8.569	2.595	204	19
17	193	Citrogest Servicios Empresariales, S. L.	ALC	228,22	17.339	5.283	4	1
18	88	E-Cross Circuito Cheste, S.L.U.	VLC	218,42	32.324	10.152	3.047	504
19	636	Soluciones Cuatroochenta, S.A.	CST	217,89	5.926	1.864	142	61
20	238	Dadelos Agrosolutions, S.L.U.	VLC	202,95	15.006	4.953	916	420
21	446	González Llorens Hnos.const, S.L.	ALC	199,70	8.828	2.946	660	38
22	59	A. Schulman Castellón, S.L.U.	CST	193,94	56.186	19.115	1.551	330
23	549	Ingeniería y Marketing, S.A.	VLC	190,92	7.235	2.487	2.783	-4.627
24	425	Construcciones Torrentinas Casol, S.L.	VLC	189,69	9.341	3.224	24	13
25	338	Valencia Parque Central Alta Velocidad 2.003, S.A.	VLC	174,50	11.613	4.231	1.783	941
26	296	Minería Sassolese, S.L.	CST	170,39	12.887	4.766	125	140
27	175	Restaurantes Saona, S.L.	VLC	161,49	19.181	7.335	678	643
28	336	Guerola Áridos y Hormigones, S.L.	VLC	160,00	11.625	4.471	282	151
29	408	Saludtrade, S.L.	VLC	158,89	9.880	3.816	72	81
30	521	Essenseurope, S.L.	VLC	156,97	7.615	2.963	9	130
31	677	Manuel Samper, S.L.U.	ALC	153,36	5.576	2.201	600	388
32	628	Espirituosos Montserrat, S.L.	VLC	153,02	5.970	2.359	8	1
33	588	SUMR Transcontainer, S.L.	VLC	150,33	6.554	2.618	12	148
34	346	Parque Mariola, S.L.	ALC	149,50	11.305	4.531	879	333
35	583	Constantino Adrián, S.L.	VLC	148,23	6.659	2.683	324	36
36	703	Obras y Servicios Marva, S.L.	ALC	139,01	5.346	2.237	131	261
37	546	Sunfer Estructuras, S.I.	VLC	136,63	7.253	3.065	498	139
38	247	Pla del Maset de Mariola, S.L.	ALC	134,80	14.638	6.234	2.908	1.205
39	778	Esphouses Contrucciones y Reformas, S.L.	ALC	133,35	4.808	2.060	334	151
40	742	Vermell Smart Properties, S.L.	ALC	133,35	5.031	2.156	163	83
41	350	Agritecno Fertilizantes, S.L.U.	VLC	132,66	11.255	4.837	88	-244
42	468	Aceinsa Levante, S.A.	ALC	129,95	8.514	3.702	289	116
43	702	Ifesa Export, S.L.	VLC	128,88	5.348	2.337	29	14
44	342	Edificio Teulada, S.L.	ALC	125,01	11.471	5.098	2.433	976
45	685	Cithetiles, S.L.	CST	124,85	5.501	2.446	159	94
46	381	Agencia Marítima Evge Valencia, S.A.	VLC	124,69	10.468	4.659	116	15
47	674	Salvatet Inversiones, S.L.	VLC	124,47	5.601	2.495	836	15
48	463	Monte Orchello, S.L.	ALC	124,44	8.549	3.809	230	74
49	349	Ciem Mada Automotion, S.A.	VLC	124,35	11.266	5.022	167	147
50	691	Quesada Medhouses, S.L.	ALC	123,86	5.440	2.430	211	247
51	60	Extracción de Áridos Sierra Negra, S.L.	ALC	120,96	56.090	25.384	-2	779
52	476	Frutas y Verduras Pipes, S.L.	ALC	120,63	8.355	3.787	299	33
53	762	Vision Fifteen Eyewear, S.L.	ALC	119,01	4.923	2.248	73	15
54	344	Luxium Wines, S.L.	VLC	117,72	11.453	5.260	181	135
55	744	María Cristescu, S.L.	VLC	117,45	5.029	2.313	177	-9
56	299	Bamboo Trading, S.L.	ALC	116,93	12.801	5.901	2	3
57	302	Autosolar Energy Solutions, S.L.	VLC	116,64	12.707	5.865	5	13
58	435	Suver Gasoleos, S.L.	ALC	115,60	9.150	4.244	43	27

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
59	87	Contratas Vilor, S.L.	VLC	114,87	32.722	15.229	422	227
60	477	Embutidos La Cope, S.A.	VLC	114,23	8.328	3.887	82	-136
61	686	Azalea Grupo Inmobiliario, S.L.	ALC	113,89	5.495	2.569	184	466
62	657	Construcciones Juarez Sola, S.L.	CST	113,57	5.727	2.682	188	112
63	385	Pérez Solaz Gestión Electrónica, S.L.	VLC	112,38	10.430	4.911	641	321
64	99	Electronic Motion System, S.L.	VLC	110,95	30.600	14.506	771	862
65	822	Perforaciones e Instalaciones Ferrer, S.L.	VLC	110,52	4.534	2.154	1.015	31
66	698	AFB Comubstible 2016, S.L.	ALC	110,43	5.385	2.559	24	6
67	525	Estación de Servicio Quart A3, S.L.U.	VLC	109,91	7.534	3.589	138	27
68	427	Starboard Sourcing, S.L.	VLC	105,74	9.289	4.515	29	20
69	607	Mariles Mediterráneo, S.L.	ALC	104,87	6.264	3.058	104	62
70	766	Construcciones Rafael Zarzoso, S.L.	CST	104,83	4.891	2.388	342	214
71	641	Lasergran Levante, S.L.	VLC	104,00	5.894	2.889	961	790
72	20	Cecotec Innovaciones, S.L.	VLC	103,74	216.830	106.423	19.695	16.734
73	13	Power Electronics España, S.L.	VLC	103,17	361.918	178.134	9.731	8.680
74	165	Blauverd Construcción de Habitats, S.L.	VLC	102,62	19.834	9.789	970	309
75	126	Nomar Patrimonial, S.L.	CST	99,97	25.210	12.607	18.463	8.026
76	286	Energía Colectiva, S.L.	VLC	99,09	13.357	6.709	-657	-807
77	374	Gimecons Const. y Contratas, S.L.	CST	97,94	10.582	5.346	1.774	2.132
78	297	Invernaderos y Tecnología, S.A.	CST	97,70	12.878	6.514	608	155
79	759	Industrias Jospser, S.L.	ALC	97,50	4.947	2.505	320	160
80	907	Barlovento Pharma Group, S.L.	VLC	96,88	4.011	2.037	17	4
81	902	Caserval Calderas y Serpentes Valencia, S.L.	VLC	96,76	4.058	2.063	498	-365
82	473	Gastraval, S.L.	VLC	96,59	8.399	4.272	52	93
83	17	Ekofastba, S.L.	VLC	95,87	240.182	122.626	18.217	5.354



Confort y suavidad al alcance de todos.



Línea doméstica



Línea profesional

CUATROCHENTA

480



Alfredo R. Cebrián
CEO

Edificio Espaitec 2,
Universitat Jaume I.
Avda. Sos Baynat s/n,
12071 Castelló (España).
Tel.: 964 102 835
info@cuatrochenta.com
www.cuatrochenta.com

SOLUCIONES

- Desarrollos a medida (SaaS)
- Dynamics 365 Business Central
- Power BI
- Gestor de facility services
- CheckingPlan
- Gestor integral de infraestructuras Fama
- Sofistic Cybersecurity
- Gestor documental Alejandría
- Plataforma venta entradas Escena Online



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
84	574	Costalid, S.L.	ALC	95,72	6.854	3.502	264	196
85	684	Grupo Galis World, S.L.	VLC	94,50	5.535	2.846	19	4
86	646	Zinctimal Spain, S.L.	CST	93,24	5.816	3.010	117	-80
87	75	Plásticos Erum, S.L.	ALC	92,90	40.784	21.143	3.064	158
88	814	Cuatro Hersame, S.L.	VLC	92,46	4.558	2.368	172	45
89	573	RM Cloud Project 26, S.L.	CST	91,66	6.865	3.582	139	61
90	553	Valshore Global, S.L.	VLC	91,64	7.167	3.740	300	65
91	825	Procyr Edificación y Urbanismo, S.L.	VLC	91,46	4.517	2.359	15	10
92	757	Aluvega, S.L.	ALC	91,11	4.975	2.603	353	38
93	488	Recurshotel, S.L.	VLC	90,80	8.158	4.276	941	163
94	169	Torreblanca del Mediterráneo Sol, S.L.	ALC	89,89	19.668	10.357	9.585	831
95	897	Soltrans Europe, S.L.U.	VLC	89,59	4.080	2.152	110	3
96	156	Chemtex Plastics Europa, S.L.	VLC	88,96	20.599	10.902	34	48
97	761	Exim Business Global, S.L.	ALC	88,85	4.924	2.607	156	181
98	580	Elek Comercializadora Eléctrica, S.L.	VLC	88,56	6.702	3.555	539	116
99	391	Air Investment Valencia, S.L.U.	VLC	88,39	10.194	5.411	10.855	5.485
100	891	Act. Infraestructuras Pub. Conserva	VLC	88,33	4.129	2.193	39	134
101	529	DAT Schaub Gallent, S.L.	VLC	88,30	7.503	3.984	851	46
102	609	Palencia Petroleum, S.L.	VLC	87,34	6.242	3.332	103	39
103	671	Easyfresh Iberia, S.L.	VLC	85,86	5.612	3.020	1	-179
104	470	Bornay Aerogeneradores, S.L.	ALC	85,51	8.466	4.564	109	60
105	726	Calzados Serisma, S.L.	ALC	85,50	5.159	2.781	54	64
106	740	BB Phone Levante, S.L.	ALC	85,23	5.042	2.722	46	28
107	53	Instalaciones Eléctricas y Bobinajes, S.A.	ALC	84,31	58.829	31.919	5.479	1.401
108	919	Inrema, S.L.	VLC	84,20	3.890	2.112	61	4
109	52	Clásica Urbana, S.L.	VLC	84,06	59.975	32.584	462	54
110	450	Uransa Mantenimiento Integral, S.L.	VLC	83,94	8.725	4.744	484	305
111	483	Facephi Biometría, S.A.	ALC	82,89	8.195	4.481	1.288	1.167
112	815	SSOT-Cass, S.L.	VLC	82,54	4.548	2.491	18	16
113	953	Llop Proyectos Integrales, S.L.	VLC	82,12	3.724	2.045	192	101
114	272	Bet Solar, S.L.U.	VLC	81,66	13.920	7.662	262	33
115	946	Beira8, S.L.	VLC	81,50	3.748	2.065	166	5
116	568	Technosun, S.L.U.	VLC	81,42	6.906	3.806	5	11
117	466	Bengra Fruitsecs, S.L.	CST	80,80	8.527	4.716	151	84
118	223	Ambulancias Edetanas, S.L.	VLC	80,57	15.685	8.686	-640	-26
119	539	Pulycort Natural Stone, S.L.	ALC	79,88	7.310	4.064	663	180
120	460	Tefralux, S.L.U.	VLC	79,77	8.556	4.759	58	54
121	387	Doccas Food, S.L.U.	VLC	79,43	10.322	5.753	81	34
122	787	Seryson River, S.L.	VLC	79,21	4.742	2.646	19	7
123	163	Telecomunicaciones Llamaya, S.L.	ALC	78,65	19.989	11.188	39	32
124	369	Moinva Building Technology, S.L.	VLC	78,35	10.715	6.008	616	923
125	605	Secna Natural Ingredients Group, S.L.	VLC	78,09	6.285	3.529	3.830	983
126	26	Nudisco, S.L.	VLC	78,07	124.675	70.015	959	798

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

“La atención al cliente es nuestra seña de identidad”

Manuel Hernández, CEO y consejero delegado de Finetwork

Finetwork surgió hace cinco años como un operador local en la provincia de Alicante, de la mano de Pascual Pérez, empresario levantino que entendió que quedaba mucho por hacer en el mundo de las telecos. Hablamos con su CEO, Manuel Hernández, sobre su vertiginoso crecimiento.

- De 2018 a 2019 habéis incrementado la facturación en 14 millones. ¿A qué creéis que se ha debido?

En mayo de 2019 la compañía dio un giro a su visión estratégica y, tras aliarse con Vodafone, decidió convertirse en un operador de ámbito nacional. Los ingredientes de nuestro éxito se encuentran en: apostar por nuestro proyecto invirtiendo en comunicación y generación de marca con identidad propia; presentar al mercado una propuesta de producto muy atractiva; priorizar la atención personalizada y cercana a nues-

tros clientes; y armar un equipo con capacidad de trabajo, ambición, conocimientos e ilusión por superar los nuevos retos.

- En vuestro sector, la competencia por precio es muy agresiva. Ante este hecho, ¿cómo os diferenciáis?

Nos caracterizamos por ofrecer precios muy competitivos para que el cliente pueda ahorrar. También le damos la opción de incluir en el mismo paquete otros servicios como TV, soporte legal, atención médica... Sin embargo, donde queremos marcar la diferencia es en la atención al cliente. Para ello, disponemos de una plataforma propia en Elda con cerca de 100 posiciones para prestar un servicio personalizado. Aplicamos también las mejores alternativas de promoción tanto a los clientes nuevos como a los que ya lo son. Adicionalmente, estamos acercando nuestros servicios al consumidor desarrollando un canal de tiendas Fi-

finetwork

Manuel Hernández
CEO
Polígono Industrial Finca Lacy. Avda. San Luis de Cuba, 03600 Elda (Alicante)
Tel.: 1777
info@finetwork.es
www.finetwork.com

network con casi 50 establecimientos abiertos en las principales ciudades españolas, que se suman a los más de 2.000 puntos multimarca. •

Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
127	596	Almazora Ferrer López, S.L.	CST	77,17	6.366	3.593	71	-5
128	632	Fresh Baby, S.R.L.	ALC	76,50	5.942	3.367	53	39
129	249	Construcciones Francés, S.A.	VLC	76,36	14.561	8.256	212	45
130	893	Nature Abenfruta, S.L.	VLC	76,35	4.121	2.337	67	18
131	816	Colibri Royal, S.L.	CST	76,33	4.548	2.579	20	16
132	22	Valencia Club de Fútbol, S.A.D.	VLC	76,25	177.658	100.799	1.345	-36.280
133	606	Hestia Sun Golf, S.L.	ALC	75,72	6.281	3.574	159	360
134	399	Grupo CFH Patrimonial, S.A.	VLC	75,69	10.014	5.700	44	190
135	890	Nudespól, S.L.	VLC	75,62	4.139	2.357	72	-147
136	373	Teoxane Ibérica, S.L.	VLC	75,57	10.584	6.029	510	147
137	197	Casa Mediterránea 1967, S.L.	VLC	75,38	17.236	9.828	400	191
138	642	Fom Industrie España, S.L.U.	VLC	75,30	5.891	3.360	129	84
139	631	Aerox Advanced Polymers, S.L.	VLC	75,26	5.954	3.397	945	378
140	973	Teamtrailer, S.L.	VLC	75,16	3.610	2.061	53	94
141	847	Lamburguesa Invesnent, S.L.	VLC	75,05	4.380	2.502	29	51
142	904	Naturchem, S.L.	VLC	74,86	4.034	2.307	313	79
143	956	Talleres Guedea, S.L.	ALC	74,38	3.700	2.122	54	4
144	782	Ofituria 3000, S.L.	VLC	74,30	4.802	2.755	70	4
145	666	Ventas Importaciones Europeas, S.A.	VLC	74,15	5.652	3.245	33	27
146	955	Automoción Navarro Paredes, S.L.	VLC	73,20	3.717	2.146	39	46
147	335	Getru Logística, S.L.	VLC	73,05	11.640	6.726	37	5

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

ANDERSEN



JOSÉ VICENTE MOROTE
ÍÑIGO RODRÍGUEZ-SASTRE
Socios Directores

Calle de Roger de Lauria, 19
46002 Valencia
Tel: +34 963 527 546
valencia@es.Andersen.com
www.es.andersen.com

SERVICIOS

- FISCAL
- MERCANTIL / M&A
- LABORAL
- REESTRUCTURACIONES E INSOLVENCIAS
- BANCARIO Y FINANCIERO
- DERECHO PROCESAL Y ARBITRAJE
- DERECHO PÚBLICO Y REGULATORIO
- CORPORATE COMPLIANCE
- AYUDAS Y FONDOS EU
- INMOBILIARIO
- AGROALIMENTARIO
- CIBERSEGURIDAD Y LEGALTECH



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
148	101	Construcciones Hispano Germanas, S.A.	VLC	73,02	29.760	17.200	615	1.186
149	903	Levante Portservice, S.L.	ALC	72,58	4.037	2.339	209	340
150	974	ALX Logística Integral del Transporte, S.L.	VLC	72,34	3.603	2.091	24	17
151	748	A Nivel Multigremios 2012, S.L.	ALC	72,28	5.014	2.910	63	91
152	134	Unecol Adhesive Ideas, S.L.	VLC	72,26	23.847	13.844	1.824	464
153	559	Lucavi Gestion, S.L.U.	ALC	72,17	7.039	4.088	187	4
154	509	Teaser Marketing Online, S.L.	ALC	72,09	7.855	4.564	209	46
155	824	Automotive Motor Sport, S.A.	VLC	71,59	4.520	2.634	4	-640
156	326	Wiber Rent a Car Spain, S.I.	CST	71,48	11.917	6.950	453	61
157	887	Diseño y Objetivos de Construcción, S.L.	VLC	70,92	4.155	2.431	148	88
158	8	Gedesco Factoring, S.L.	VLC	70,11	492.946	289.787	2.672	4.573
159	864	Jama Tránsitos, S.L.	ALC	69,74	4.278	2.520	102	84
160	707	Agrios de Nules, S.L.	CST	68,58	5.339	3.167	42	33
161	645	Categor Obras y Proyectos, S.L.	ALC	68,38	5.819	3.456	46	88
162	131	World Wide Gold, S.L.	VLC	68,19	24.545	14.594	78	54
163	808	Cyma Comunicación y Marketing, S.L.	ALC	67,69	4.587	2.736	423	4
164	968	Grupo Empresarial Ferreti, S.L.	VLC	67,53	3.623	2.162	44	15
165	437	Saquer Gulf, S.L.	CST	67,50	9.122	5.446	-81	46
166	254	Gaolania Servicios, S.L.	VLC	67,16	14.471	8.657	223	387
167	300	Mediterráneo de Obras y Asfaltos, S.L.	ALC	67,12	12.773	7.643	511	316
168	801	Vicedo Martí, S.L.	ALC	66,94	4.629	2.773	419	351
169	37	La Saleta Care, S.L.U.	VLC	66,69	95.678	57.399	872	3.635
170	708	JPC Urbanismo, S.L.	ALC	66,67	5.336	3.201	66	112
171	585	Media Cell Solutions, S.L.	ALC	66,43	6.612	3.973	95	272
172	711	Josep Llorca Construcciones, S.L.U.	ALC	66,16	5.308	3.195	115	104
173	993	Pesc. y Mariscos 2 De Mayo	ALC	66,11	3.487	2.099	69	15
174	786	Deer Export, S.L.	CST	65,70	4.746	2.864	14	20
175	1.019	Levante World Cargo, S.L.	VLC	65,65	3.401	2.053	111	47
176	839	Instalaciones Petrolíferas San Javier, S.L.	VLC	65,57	4.410	2.664	56	21
177	189	Maquinaria e Hidráulica Jovisa, S.L.	ALC	65,14	17.690	10.712	17	8
178	659	Exoil Pista de Silla, S.L.	VLC	65,00	5.714	3.463	14	23
179	998	Ecomecánica, S.L.	VLC	64,97	3.469	2.103	188	155
180	401	Explotaciones Avícolas Valencianas, S.L.	VLC	63,75	10.008	6.111	31	39
181	924	Asiza Desarrollos, S.L.	VLC	63,63	3.857	2.357	277	64
182	982	Climatizaciones Belda, S.L.	VLC	63,55	3.572	2.184	81	72
183	612	Carlos Valero, S.L.	ALC	63,23	6.176	3.784	762	238
184	489	Tergum-Free, S.L.	ALC	63,17	8.149	4.994	121	26
185	977	Electricidad Gaspar Llinares, S.L.	ALC	62,88	3.585	2.201	106	35
186	310	Hotel Tres Coronas, S.L.	ALC	62,61	12.421	7.638	2.722	1.101
187	412	Deprotech Development Products Technologies 2026 S	VLC	62,31	9.678	5.963	-685	26
188	655	Servicios Integrales Vehículos Urbanos, S.L.	VLC	61,99	5.745	3.547	168	13
189	846	Deity Shoes, S.L.U.	ALC	61,92	4.380	2.705	114	151
190	894	Esetec, S.L.	ALC	61,61	4.099	2.536	31	25

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

dormitienda

**A MITAD
DE PRECIO
TODOS LOS
COLCHONES**



Excepto los colchones con un 60% de descuento, de cuna y de mascotas

MÁS DE 80 TIENDAS EN ESPAÑA

Consulta tu tienda más cercana llamando al teléfono gratuito 900 701 078
www.dormitienda.com



BLAUVERD CONSTRUCCIÓN DE HÁBITATS SLU



Vicente Girbés Barceló
DIRECTOR DEL ÁREA DE
DESARROLLO DE NEGOCIO

Plaza de la Constitución 15,
46600 Alzira.
Tel.: 96 241 85 74
blauverd@blauverd.com
www.blauverd.es

SERVICIOS

- **CONSTRUCCIÓN LLAVE EN MANO:**
- Edificación industrial e inmoledgística.
- Edificación residencial.
- Retail y oficinas.
- Hoteles y residencias.
- Reformas y mantenimientos.



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
191	434	Instituto de Medicina Genómica, S.L.	VLC	61,19	9.185	5.698	972	657
192	806	Gandinversiones Reunidas, S.L.	VLC	60,87	4.604	2.862	337	182
193	544	Global Servicios del Levante ETT, S.L.	ALC	60,80	7.273	4.523	116	89
194	637	Ingeniería y Maquinaria Gramón, S.L.	VLC	60,39	5.920	3.691	279	361
195	608	Next Timber, S.L.	VLC	60,33	6.243	3.894	762	667
196	117	Neuland Immobilien, S.A.	ALC	60,14	26.997	16.858	6.804	2.942
197	729	Obras y Proyectos Inserman, S.L.	VLC	60,08	5.133	3.206	182	149
198	948	Popa Footwear, S.L.	ALC	59,84	3.739	2.339	59	12
199	503	Curtidos Madrigal, S.L.	ALC	59,69	7.930	4.966	160	89
200	879	Comercial Enrique Pérez Costa, S.L.	VLC	59,62	4.191	2.625	153	35
201	990	Vaper Ilice, S.L.U.	ALC	59,48	3.506	2.198	121	88
202	842	Phoenix System Pack, S.L.	VLC	59,43	4.392	2.755	138	115
203	440	Metalesa Seguridad Vial, S.L.	VLC	59,29	9.068	5.693	356	293
204	868	Interstardeporte, S.L.	VLC	59,26	4.256	2.672	1.948	1.138
205	882	Isaba Projects, S.A.	VLC	59,18	4.183	2.628	38	16
206	611	Asociación de Exportadores de Patatas, S.A.	VLC	59,16	6.197	3.894	44	22
207	566	Estudio Métodos Restauración, S.L.	VLC	58,49	6.959	4.391	768	24
208	203	Exquisite Fruits, S.L.	VLC	57,88	16.843	10.668	135	88
209	598	Leadercar Levante, S.L.	VLC	57,67	6.344	4.023	132	114
210	464	Sigma Infraestructura, S.L.	ALC	57,61	8.544	5.421	77	85
211	497	Edificaciones Tybort, S.L.	VLC	57,24	7.977	5.073	646	444
212	923	Construcciones Hermanos Catala, S.L.	VLC	56,99	3.865	2.462	25	1
213	157	Saltoki Castelló, S.L.	CST	56,45	20.513	13.112	120	30
214	86	Mateco Alquiler De Maquinaria, S.L.	VLC	56,37	32.807	20.981	3.168	3.948
215	592	Grupo Tecnológico Mediterráneo, S.L.	ALC	55,79	6.460	4.147	180	138
216	496	Azulejera Alcorense 1, S.L.	CST	55,73	7.989	5.130	-1.041	554
217	159	TransmolBo, S.L.	VLC	55,33	20.452	13.167	503	148
218	129	Studio Ilana, S.L.	ALC	55,20	24.767	15.959	4.238	1.299
219	965	Obras y Servicios Mediterránea 2013, S.L.	CST	55,13	3.630	2.340	35	54
220	375	Pescados Llorens & Aguilar, S.L.	VLC	54,83	10.561	6.821	78	-30
221	1.070	Indus. de Manut. Almacén. y Tratam. Ambiental, S.L.	VLC	54,36	3.141	2.035	20	19
222	754	Obras Lo Capitán, S.L.U.	ALC	54,27	4.986	3.232	135	249
223	16	Stadler Rail Valencia, S.A.U.	VLC	53,94	261.173	169.655	23.937	9.615
224	528	Grupo Friesa-El Carrascal, S.L.	ALC	53,73	7.507	4.883	167	96
225	274	Egocars Edition, S.L.	VLC	53,59	13.886	9.041	241	128
226	912	Aislamientos Arturo Felipe, S.L.	VLC	53,56	3.963	2.581	558	167
227	943	Juan Sebastián Vernich, S.L.	VLC	53,30	3.758	2.451	30	7
228	855	Empleo y Futuro ETT, S.L.	ALC	53,17	4.362	2.847	217	113
229	443	Estaciones de Servicio Ripoll, S.L.	VLC	53,11	9.044	5.907	99	19
230	51	Logisva Power, S.L.U.	VLC	52,75	60.722	39.753	85	25
231	532	Euro-Goodnight, S.L.	VLC	52,59	7.463	4.891	596	302
232	1.004	Fongascal, S.L.	VLC	52,34	3.446	2.262	268	35
233	1.068	Global Composites, S.L.	ALC	52,15	3.148	2.069	78	45

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

“La clave del éxito está en el valor que aportamos”

Pascual Ibáñez, CEO de Inscatrademark

Inscatrademark es una de las empresas que más ha crecido en la Comunitat Valenciana, con un incremento superior al 10 %. Desde **Economía 3** hemos hablado con su CEO, Pascual Ibáñez para saber cómo lo ha conseguido.

- **¿Cuáles son los orígenes de la compañía?**

Inscatrademark nació en 1978, de la mano de mi padre, Pascual Ibáñez. Mi hermana Carmen y yo somos la segunda generación de esta compañía familiar que, a día de hoy, exporta a más de 100 países; cuenta con una planta productiva y logística de 25.000 m²; un equipo humano integrado por 150 personas; y cuatro divisiones empresariales.

- **¿Podrías definir a qué se dedica cada una de las divisiones?**

Contamos con cuatro divisiones empresariales –**Inscatrademark, Inscashops, Inretail y Kontorstil**– y cada una trabaja en sectores y targets diferentes, pero el valor que aportamos es el mismo: creamos y equipamos espacios que ayudan a las empresas a crecer.

- **Cuéntanos el caso concreto de Inscatrademark, líder nacional e internacional en la fabricación y venta de expositores para materiales de la construcción.**

En Inscatrademark, por ejemplo, no solo desarrollamos expositores o ambientes para colocar azulejos, sino que vamos un paso más allá: queremos que nuestros clientes disfruten de la experiencia de vender, facilitándoles el trabajo y ayudándoles a mejorar sus resultados. Nos consta que venden más tras confiar en nosotros y renovar su exposición. Por eso, la clave está en el valor que aportamos. Somos Inscatrademark y se nota.

- **¿Y las divisiones Inscashops, Inretail y Kontorstil?**

En 2013 creamos Inscashops, especializada en crear, desarrollar y fabricar espa-

cios comerciales para el *retail* y la restauración. Trabajamos proyectos exclusivos de interiorismo comercial para grandes marcas, arquitectos, cadenas y franquicias en España y Francia, de momento.

Mientras, en Inretail vendemos mobiliario comercial estándar a través de nuestra web (www.inretailshop.com). Estamos especializados en mostradores, de diseño y fabricación propia, y nuestros mercados actuales son España, Francia, Bélgica y Luxemburgo. Nuestros clientes pueden personalizar los muebles en la web y comprarlos *online*. ¡Los reciben ya montados!

Por último, en 2019 asumimos un nuevo desafío: Kontorstil, una nueva línea de negocio centrada en la distribución de mobiliario para oficinas y equipamiento de espacios de trabajo y colectividades. Trabajamos con primeras marcas. Contamos con tienda *online* y desarrollamos proyectos integrales llave en mano. Nuestros productos y soluciones favorecen la productividad, la comunicación, el trabajo en equipo y la calidad de vida de las personas en su puesto de trabajo, tanto de las empresas como de las administraciones públicas.



Pascual Ibáñez (fundador) con sus dos hijos, Pascual y Carmen

INSCA



Pascual Ibáñez
CEO

Polígono industrial Via Europa II
12540 Almazora (Castellón)
Teléfono: 964 626515
www.insca.com
E-mail: info@insca.com



Al final, lo que hacemos es crear y equipar espacios que ayudan a crecer. Ese es nuestro principal valor y ventaja competitiva.

- **Y ahora, ¿cuál es el próximo desafío?**

Seguir creciendo y mejorando. La implantación de la mejora continua en todos los procesos se ha convertido en el eje de nuestra estrategia empresarial. Después de unirse al equipo **Ángela Marzá**, adjunta a Dirección y responsable de Expansión, desarrollamos planes estratégicos para todas las marcas. Ahora estamos en plena transformación digital de la compañía, nos hemos reorganizado para afrontar nuevos retos, además de consolidar y ampliar nuestros mercados, tanto nacionales como internacionales. Estamos trabajando en nuevos proyectos de innovación, planes de igualdad y sostenibilidad.

Somos una empresa llena de vida y energía, en la que las personas son el alma de toda la organización. Nos sentimos muy orgullosos de nuestro equipo humano, que se implica en todo lo que hace y cada día llega con ganas de dar lo mejor de sí. •

CASA MED

Casa-MED

Casa Mediterranea 1967

Peter Rasschaert
CEO

Tel:+34 962 91 05 00
P.I. El Altet, Carrer de la Cova de l'Hedra, 5
46870 Ontinyent (Valencia - Spain)
P.I. las Delicias Nv 4-5-6
46869 Benissoda (Valencia - Spain)
contact@cm1967.com


PRODUCTOS

- Textil / Confección
- Estampación Textil
- Mascarillas uso personal higiénicas
- Material sanitario; quirúrgicas licencia AMPS 8111-PS

Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
234	665	Sogeser Facility Services, S.L.	VLC	52,15	5.653	3.715	20	21
235	71	Actemium Asas, S.L.U.	VLC	51,97	43.759	28.794	1.340	471
236	552	The Music Republic, S.L.	VLC	51,80	7.167	4.722	1.364	173
237	63	Foener Energía, S.L.	VLC	51,75	54.835	36.136	417	-944
238	909	Deltaker, S.A.	CST	51,64	3.999	2.637	70	6
239	835	Sertelecom de Mantenimientos, S.L.	VLC	51,55	4.420	2.917	539	44
240	96	Garrofas y Almendras Torres, S.L.	VLC	51,52	30.822	20.342	1.505	1.801
241	928	Jorpasa Prefab. y Mat. de Construcc., S.L.	CST	51,47	3.843	2.537	61	84
242	560	Construcciones Just, S.A.	VLC	51,37	7.021	4.638	169	219
243	876	Carvas Inversiones, S.L.	VLC	51,35	4.200	2.775	5.808	3.182
244	526	Commsal Estructuras Metálicas, S.L.	CST	51,28	7.525	4.974	911	316
245	758	Tecnovill, S.L.	VLC	51,25	4.957	3.277	320	112
246	105	Avícola Llombay, S.A.	VLC	51,23	28.977	19.161	171	91
247	871	Estación de Servicio Ciudad Quesada, S.L.U.	ALC	51,00	4.242	2.810	1.573	1.612
248	984	ASAC Pharmaceutical Immunology, S.A.	ALC	50,81	3.542	2.349	-1.013	-562
249	701	Invernaderos e Ingeniería, S.A.	CST	50,67	5.354	3.553	184	-767
250	949	BMP Ibérica Fastdoor, S.L.	VLC	50,67	3.731	2.476	240	119
251	185	Creaciones Pandora, S.L.	ALC	50,66	18.207	12.085	2.428	865
252	179	Icemi, S.L.U.	VLC	50,65	18.891	12.539	1.038	1.107
253	731	Blues Simon, S.L.	ALC	50,43	5.119	3.403	58	34
254	461	Riloben 11 R.g., S.L.	CST	50,39	8.555	5.689	97	78
255	449	Insecticidas y Abonos Llopis y Llopis, S.L.	VLC	50,39	8.734	5.808	-348	16
256	927	HCBE 2015, S.L.	VLC	50,36	3.843	2.556	232	66
257	696	Grafik Bureau, S.L.	ALC	50,32	5.412	3.600	137	171
258	1.011	YM Packaging Group, S.L.	ALC	50,24	3.426	2.281	50	25
259	647	Entrenidos 22, S.L.	VLC	49,99	5.815	3.877	2.047	1.206
260	807	Airelec Clima, S.L.	ALC	49,84	4.589	3.062	61	-139
261	935	Deltaglass Chemical Company, S.L.	CST	49,79	3.809	2.543	42	29
262	872	Azafranist, S.L.	VLC	49,79	4.215	2.814	99	8
263	498	Promociones HGF Domi, S.L.	ALC	49,70	7.968	5.323	1.607	1.100
264	622	Oikos Desarrollos, S.L.	CST	49,60	6.006	4.015	243	159
265	270	Imex Products, S.L.U.	VLC	49,43	13.941	9.329	2.832	2.029
266	811	Cerería Mollá 1899, S.L.	VLC	49,28	4.568	3.060	717	344
267	723	Comercial Ind. de Manuf. Textiles, S.L.	ALC	49,25	5.176	3.468	118	114
268	869	Tamatruck, S.L.	VLC	49,05	4.255	2.855	9	7
269	511	Fun Verbenas, S.L.	ALC	49,02	7.801	5.235	187	279
270	1.090	Disomaq Maquinaria, S.L.	ALC	49,02	3.035	2.037	25	39
271	455	Valencia Container Depot Spain, S.L.	VLC	49,00	8.613	5.780	1.281	817
272	843	Innova Footwear, S.L.	ALC	48,95	4.387	2.945	370	386
273	908	GFS Security Group, S.L.	VLC	48,69	4.008	2.696	296	103
274	214	Nueva Cerámica New Ker Costa de Azahar, S.L.U.	CST	48,63	16.328	10.985	-342	49
275	1.038	Hispabowling, S.L.	ALC	48,41	3.261	2.197	316	39
276	1.029	Matupobla	VLC	48,11	3.313	2.237	131	158

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
277	467	Tu Empleo ETT, S.L.	VLC	48,11	8.519	5.752	161	97
278	555	Gea Libres, S.L.	VLC	48,09	7.129	4.814	60	-104
279	995	Reyco Villas, S.L.	ALC	47,92	3.478	2.351	76	124
280	937	Activum Gestión de Proyectos Inmobiliarios, S.L.	ALC	47,87	3.800	2.569	53	37
281	789	Finca Hermosa, S.L.	ALC	47,72	4.716	3.192	1	13
282	91	Sky-Line Design, S.L.	VLC	47,49	31.927	21.647	1.499	490
283	745	Pairservi, S.L.	VLC	47,45	5.026	3.408	412	86
284	1.062	Fastighetsbyran Vega Baja, S.I.	ALC	47,22	3.188	2.165	392	-92
285	848	DM Natural Stone, S.L.U.	ALC	47,05	4.379	2.978	11	17
286	1.113	Intempore Construcción, Restauración y Rehabilitación, S.L.	VLC	46,91	2.946	2.006	73	80
287	1.015	Talleres Saleo Krane, S.L.	ALC	46,72	3.412	2.326	133	117
288	1.053	RBS Palmediterráneo, S.L.	VLC	46,71	3.205	2.184	62	24
289	664	Lian Ying, S.L.	VLC	46,55	5.665	3.866	57	55
290	332	Ecosiona Energía, S.L.	VLC	46,46	11.700	7.988	53	46
291	32	Autos Marcos, S.A.	ALC	46,38	102.104	69.753	1.537	1.784
292	630	Brisa PVC Profesional S.L.U.	VLC	46,25	5.954	4.071	339	138
293	328	Pressbrokers, S.L.	VLC	46,25	11.863	8.112	2	-16
294	1.072	Home And Garden Imports, S.L.	ALC	46,18	3.138	2.147	212	184
295	456	Laplana Granados Monlleó, S.L.	CST	46,07	8.575	5.871	552	258
296	916	Enesa Continental, S.L.	VLC	45,97	3.910	2.679	213	96
297	535	Ivnosys Soluciones, S.L.	VLC	45,93	7.403	5.073	2.981	1.177
298	652	Inversiones Rocamar, S.L.	VLC	45,87	5.764	3.952	63	-29
299	1.000	Termoenvas, S.L.U.	VLC	45,82	3.460	2.372	86	36
300	1.105	Gescotrans Service Express Spain, S.L.	VLC	45,81	2.983	2.045	51	71
301	504	Estructuras Samir, S.L.	ALC	45,77	7.929	5.440	175	105
302	481	DAS Photonics, S.L.	VLC	45,44	8.266	5.684	374	449

Gibeller GRUPO



“El Grupo Gibeller es una empresa con casi **100 años de experiencia** en materiales para la **Arquitectura, Construcción e Interiorismo.**”



+100.000 clientes
242.000 productos
280 marcas



Productos Sostenibles
Innovación & Diseño

Proyectos Nacionales
e Internacionales
Obras públicas y privadas



Atención Personalizada
por especialistas

Cita Previa Online
o Presencial

Ctra. Nacional 332 Km. 113 , San Juan de Alicante
Alicante | Valencia | Murcia | Altea | Alcoy | Denia | Mazarrón | Marbella



965 65 01 62
info@gibeller.es

FROST-TROL S.A.



Roberto Solsona Caballer
CEO

CV 159 Km 2
12180 Cabanes (Castellón)
Tel. 964 342 740
Fax. 964 215 148
info@frost-trol.com
www.frost-trol.com

PRODUCTOS


- **SUPERMARKET**
 - Murales
 - Semimurales
 - Vitrinas
 - Islas
 - Armarios
 - Combis
- **PLUG-IN**
 - Murales
 - Semimurales
 - Vitrinas
 - Islas
 - Armarios



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
303	925	GEA Cerámica, S.L.U.	CST	45,41	3.848	2.647	19	10
304	1.077	Oleomatic Tecnoindustria, S.L.	VLC	45,19	3.096	2.132	461	235
305	1.037	Codelen, S.L.	ALC	45,19	3.272	2.254	56	41
306	138	Guzman Coffee & Nuts, S.L.	VLC	44,98	22.674	15.639	-248	371
307	1.009	Miraplas, S.L.	ALC	44,83	3.432	2.370	128	38
308	654	Linneal Pro. 13, S.L.	VLC	44,76	5.760	3.979	387	279
309	469	Gandiauto, S.L.	VLC	44,51	8.469	5.860	152	15
310	289	Estampaciones Metálicas Moyma, S.L.	VLC	44,42	13.078	9.055	82	33
311	795	Martínez Solera Hermanos, S.L.	VLC	44,34	4.648	3.220	254	319
312	148	Laboratorios Forenqui, S.A.U.	VLC	44,28	21.257	14.733	2.601	604
313	983	Hedonist Life, S.L.	VLC	44,05	3.567	2.476	132	149
314	142	Artesanía Cerdá, S.L.U.	VLC	44,05	22.275	15.464	434	183
315	849	Sucemart Serveis i Medi Ambient, S.L.U.	VLC	44,01	4.376	3.039	115	78
316	42	Crealsa Investments Spain, S.A.	VLC	44,00	76.061	52.820	59	100
317	267	Chemajos, S.L.	ALC	43,92	14.032	9.750	900	405
318	356	Samop Fresado, S.L.U.	VLC	43,90	11.007	7.649	388	7
319	1.092	Van Rijn Semillas, S.L.	VLC	43,67	3.025	2.105	163	141
320	591	Aislam. Y Acond. Acústicos Acustival, S.L.	VLC	43,62	6.496	4.523	46	88
321	108	Fonomed Gestión Telefónica del Mediterráneo, S.A.U.	ALC	43,41	28.749	20.046	909	855
322	388	Tradia Supermercados, S.L.	ALC	43,39	10.268	7.161	865	967
323	581	La Lorraine Bakery España, S.L.	ALC	43,30	6.692	4.670	-153	-19
324	393	Hormigones Vam, S.L.	VLC	43,25	10.180	7.106	-28	19
325	541	Tiendas Oficiales VCF, S.L.U.	VLC	43,13	7.288	5.092	502	-29
326	502	JR Valle Motor 1968, S.L.	VLC	43,12	7.933	5.543	89	94
327	969	Materiales de Fundición, S.A.	VLC	43,09	3.620	2.530	56	39
328	35	Platos Tradicionales, S.A.	VLC	43,05	99.750	69.729	1.196	1.995
329	495	Eines Systems, S.L.	VLC	43,03	8.016	5.604	915	35
330	755	Centraliza Recursos, S.L.	VLC	43,00	4.984	3.485	104	71
331	756	Fruyve del Mediterráneo, S.L.	VLC	42,98	4.978	3.482	110	109
332	248	Steel Inox, S.L.	VLC	42,96	14.584	10.202	1.225	726
333	516	Elam Pharma Labs, S.L.	ALC	42,94	7.726	5.405	66	37
334	1.095	José Peretó, S.L.	ALC	42,89	3.019	2.113	44	38
335	821	Cyrespa Arquitectónico, S.L.	CST	42,88	4.537	3.175	80	75
336	803	Ijes Solar, S.L.	ALC	42,88	4.610	3.226	125	89
337	251	Setamovil, S.A.	VLC	42,86	14.508	10.155	143	0
338	687	TH-82, S.L.	VLC	42,85	5.481	3.837	415	113
339	866	AB6 Obres i Serveis, S.L.	VLC	42,73	4.275	2.995	570	262
340	944	Reformas Reydeco, S.L.	ALC	42,72	3.756	2.632	378	77
341	160	Novatilu, S.L.	VLC	42,49	20.226	14.195	1.691	681
342	767	Carpintería Metálica Luz, S.L.	VLC	42,48	4.882	3.426	138	131
343	597	Taller Logístico Construlev, S.L.	ALC	42,43	6.347	4.456	195	14
344	668	Acople 2010, S.L.U.	CST	42,33	5.638	3.961	197	108
345	1.078	Autocaravanas Para Todos, S.L.	VLC	42,18	3.092	2.175	5	8

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
346	150	Zaragoza 2012 Grupo Constructor, S.L.	ALC	42,17	21.117	14.853	1.047	513
347	722	Hormigones Beli, S.L.	VLC	42,14	5.214	3.668	36	15
348	475	L'Alcudia Alimentación, S.L.	VLC	41,88	8.370	5.899	216	107
349	246	Sea Line Cargo, S.L.	VLC	41,78	14.639	10.325	217	118
350	151	Ambulancias CSA, S.L.	CST	41,72	21.067	14.866	-359	-293
351	828	Construcciones Ben-Rillo, S.L.U.	VLC	41,71	4.501	3.176	120	79
352	474	Roca Defisan, S.L.	VLC	41,67	8.393	5.925	969	57
353	780	Nordic Packaging Nordpack, S.L.	ALC	41,41	4.806	3.398	990	648
354	962	Vora Fira, S.L.	VLC	41,39	3.653	2.584	2.200	158
355	1.031	Asistencia Técnica y Coordinación de Obra, S.L.	CST	41,29	3.303	2.338	2	3
356	1.008	Uni-Weld Welding Solutions and Services	VLC	41,26	3.435	2.432	869	669
357	730	Fomento Obra Civil Castellón, S.L.U.	CST	41,18	5.128	3.632	1.592	877
358	411	Industrias Peygran, S.L.	ALC	41,05	9.739	6.905	2.467	1.573
359	988	Celesur Sistemas Impermeabilización, S.L.	ALC	41,04	3.514	2.491	134	54
360	971	Rubén Gandía e Hijos, S.L.	ALC	40,98	3.619	2.567	11	11
361	947	Inmaculada Payá, S.L.	ALC	40,97	3.742	2.654	42	109
362	936	Arbe Stolanic	VLC	40,87	3.801	2.698	302	41
363	1.054	Llopis Moraira, S.L.	ALC	40,82	3.204	2.275	32	40
364	746	Cafemax Alicante, S.L.	VLC	40,81	5.024	3.568	901	205
365	513	Gestaser, Obras y Servicios, S.L.	ALC	40,80	7.760	5.512	428	204
366	352	Cabka Spain, S.L.	VLC	40,79	11.224	7.972	-41	-179
367	279	Bio Comercio, S.L.U.	ALC	40,77	13.701	9.733	696	524
368	958	Herarbo2, S.L.	CST	40,73	3.680	2.615	35	60
369	994	Tabernas Saltoki, S.L.	ALC	40,73	3.482	2.474	112	63
370	603	AZA Logistics, S.L.U.	VLC	40,70	6.293	4.473	146	187
371	771	Carpintería Lovi Block, S.L.	ALC	40,26	4.858	3.464	141	47



Practical



*Productos de
 calidad para
 hostelería e higiene*



Pol. Ind. El Pla, s/n 03840 GAIANES -ALICANTE-
 Tel.: 965 515 137 Fax: 965 515 552 www.practical.com

INTERNATIONAL FORWARDING, S.L.U.



ANTONIO AZNAR
Managing Director

Polígono Industrial Sedaví C/ El Sol, 139
46910 Sedaví (Valencia)
Tel.: 963 241 670
aaznar@vlc.ifsneutral.com
www.ifs.es

SERVICIOS


Servicios directos de exportación e importación garantizados NVOCC: grupaje marítimo LCL y carga completa FCL, transporte terrestre y aéreo. Almacenaje de mercancía: certificado OEA, ADT, DAP, DDA. Despacho de aduanas y seguros de mercancía.



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
372	128	Plastic Omnium Composites España, S.A.	VLC	40,18	24.797	17690	4.315	2.607
373	290	Coolmod Informática, S.L.	CST	40,17	13.001	9.275	81	61
374	859	Distribuciones Ribera del Xuquer, S.L.	VLC	40,14	4.345	3.100	72	-361
375	781	Jemago Inversiones, S.L.	ALC	40,07	4.804	3.430	46	33
376	21	Family Cash, S.L.U.	VLC	40,06	177.949	127.049	3.612	2.037
377	409	Comercial Plásticos Kira, S.L.	CST	40,00	9.868	7.049	992	451
378	830	Mon Unic, S.L.	ALC	39,68	4.471	3.201	31	23
379	798	Crisol Obras y Servicios, S.L.	CST	39,68	4.638	3.320	56	97
380	906	Balanza, S.L.	VLC	39,66	4.023	2.880	475	-88
381	852	Singularu Ideas a Medida, S.L.	VLC	39,63	4.365	3.126	-270	-501
382	501	Sanz Hermanos Valencia, S.L.U.	VLC	39,53	7.941	5.691	391	258
383	602	Logimed, S.L.U.	VLC	39,45	6.293	4.513	875	1.117
384	747	Pleguin Metal, S.L.	ALC	39,44	5.023	3.602	237	154
385	313	Chef Maestro Horeca, S.L.	ALC	39,32	12.337	8.855	63	75
386	194	Fulton, S.A.	VLC	39,18	17.321	12.445	196	457
387	145	Hormigones Caleta, S.A.	ALC	38,75	21.548	15.530	683	35
388	1.013	Media Caña, S.L.	ALC	38,73	3.415	2.462	88	143
389	137	Saclima Solar Fotovoltaica, S.L.	VLC	38,69	23.172	16.708	1.131	518
390	883	Vimasol e Hijos, S.L.	ALC	38,61	4.182	3.017	52	36
391	1.028	Green Stuff World, S.L.	ALC	38,59	3.326	2.400	876	557
392	102	Mecalux Levante, S.A.	VLC	38,53	29.688	21.431	1.249	1.298
393	191	Bvalve Flow Systems And Controls, S.L.U.	VLC	38,50	17.388	12.554	707	429
394	252	Logística General de La Plana, S.L.	CST	38,45	14.496	10.470	487	320
395	174	Arca Telecom, S.L.U.	VLC	38,39	19.202	13.876	2.066	625
396	610	Inversiones Motegui 2015, S.L.	VLC	38,11	6.219	4.503	98	26
397	967	Preference, S.L.	VLC	38,09	3.624	2.624	1.133	735
398	920	Vico Importaciones Exportaciones, S.L.U.	VLC	38,05	3.884	2.814	128	68
399	779	Intersagunto Terminales, S.A.	VLC	37,94	4.807	3.485	-1.198	-2.077
400	1.017	Intur Esport, S.L.	CST	37,87	3.409	2.473	191	34
401	1.132	Citrimed, S.L.	CST	37,83	2.872	2.084	10	25
402	785	Fruit Capital, S.L.	VLC	37,77	4.759	3.455	83	76
403	624	Consburcas, S.L.	ALC	37,73	5.998	4.355	88	194
404	188	Aplicaciones Tecnológicas, S.A.	VLC	37,61	17.773	12.916	1.440	857
405	140	Tableprint International, S.L.	VLC	37,60	22.390	16.272	1.242	240
406	294	Planeta Huelto, S.L.U.	ALC	37,57	12.924	9.395	-962	-375
407	975	Catering Cuchara de Madera, S.L.	VLC	37,48	3.599	2.618	22	29
408	805	Reparaciones Ind. y Sum. Reinsu., S.L.	CST	37,46	4.605	3.350	25	49
409	619	Mecc Alte España, S.A.	ALC	37,45	6.046	4.399	30	33
410	301	Automotive Services 2014, S.L.U.	CST	37,44	12.761	9.285	708	944
411	1.122	Tecnofoods, S.L.	VLC	37,38	2.913	2.120	1.181	496
412	82	Bitcoinforme, S.L.	ALC	37,35	34.403	25.048	156	73
413	589	AIC Equip, S.L.	VLC	37,32	6.539	4.762	930	1.019
414	590	Sorain Cecchini Tecno España, S.L.U.	VLC	37,06	6.503	4.744	308	451

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
415	505	Jamondul, S.L.	VLC	37,05	7.895	5.761	788	472
416	1.046	Hermanos Tormo e Hijos, S.L.	VLC	37,04	3.227	2.355	12	8
417	961	Betamar Mobles, S.A.	VLC	37,00	3.655	2.668	17	13
418	770	Distribuciones Directas 2004, S.L.	ALC	36,98	4.861	3.549	12	22
419	753	Congelados Ibermar, S.L.	ALC	36,78	4.987	3.646	22	21
420	885	Construc., Rehabil., Instalac.y Manten., S.A.	VLC	36,76	4.155	3.038	61	9
421	1.023	Frutas Luis Gil Hermanos, S.L.	VLC	36,75	3.355	2.453	-164	-80
422	1.042	Sanz Barberá, S.L.	VLC	36,69	3.244	2.373	49	4
423	1.136	Ravi Iniciativas Medioambientales, S.L.U.	CST	36,68	2.849	2.084	125	146
424	796	Levante Diésel, S.L.	ALC	36,63	4.648	3.402	-16	-5
425	836	KMB Rock, S.L.	ALC	36,62	4.419	3.234	74	63
426	986	Gradivus, S.L.	VLC	36,60	3.523	2.579	29	26
427	265	Estudio Cerámico, S.L.U.	CST	36,55	14.058	10.295	115	89
428	899	Totem Comercial 2009, S.L.	ALC	36,47	4.071	2.983	57	45
429	220	Transitainer, S.A.	VLC	36,32	15.842	11.621	157	136
430	83	Tecnología de Corte e Ingeniería, S.L.	VLC	36,31	33.669	24.701	3.416	1.045
431	1.123	Contenedores y Grúas, Juanmi, S.L.U.	ALC	36,28	2.911	2.136	23	15
432	776	Matadero de Conejos Capilla, S.L.	CST	36,10	4.825	3.545	7	2
433	33	Alifresca -Spain, S.L.U.	VLC	36,07	100.739	74.033	1.385	952
434	57	Edwards Lifesciences, S.L.	VLC	36,05	57.237	42.070	1.337	1.397
435	1.139	Talleres Ferragut, S.L.	VLC	36,02	2.835	2.084	221	106
436	831	Coaval 2007, S.L.	VLC	36,00	4.464	3.282	262	62
437	792	ETT Plus 08, S.L.	ALC	35,93	4.672	3.437	194	181
438	1.099	Bricoleader Valencia, S.L.	VLC	35,85	3.011	2.217	154	34
439	649	Hortalizas Lomes, S.L.	ALC	35,80	5.800	4.271	146	113
440	863	Sinerkab, S.L.U.	VLC	35,76	4.305	3.171	130	249

ALCATI

CLUB DEPORTIVO EMPRESARIAL

HAZTE SOCIO

Información para unirse a nuestro Club

610.408.029

PUERTAS ÁLVAREZ, S.L.



PEDRO ÁLVAREZ BONET
Director General

Avda. Mediterráneo, 3
12400 Segorbe (Castellón)
Tel.: 964 710 326
puertas@puertasalvarez.com
www.puertasalvarez.com

SERVICIOS

PUERTAS ALVAREZ, S.L centra diariamente todos sus recursos en la satisfacción de sus clientes. Producto de alta calidad, seña de identidad de nuestra empresa. Nos apoyamos en la tecnología más avanzada.

- PUERTAS MULTIUSOS
- PUERTAS DE SEGURIDAD
- PUERTAS REGISTROS



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
441	625	Soler Prevención y Seguridad, S.A.	VLC	35,75	5.989	4.412	8	8
442	365	Keramex, S.A.	CST	35,74	10.771	7.935	-2.334	-1.555
443	833	Neralvex Valencia, S.L.	VLC	35,68	4.449	3.279	34	34
444	850	Finamatrix, S.L.U.	VLC	35,65	4.372	3.223	791	405
445	414	Trans Juver, S.L.	ALC	35,58	9.624	7.098	-1.566	-367
446	1.058	Indesla Packaging, S.L.	ALC	35,58	3.197	2.358	112	38
447	959	Eurowagen Alicante, S.A.U.	ALC	35,55	3.677	2.713	236	169
448	750	Hertocar, S.L.U.	VLC	35,47	5.007	3.696	166	161
449	676	Gecol Levante, S.L.	VLC	35,46	5.577	4.117	809	575
450	111	Global Omnium Inversiones, S.L.	VLC	35,18	28.340	20.965	18.315	11.507
451	121	Cantera La Torreta S.A.U.	CST	35,17	25.993	19.229	241	-557
452	1.149	Directo Online, S.L.	VLC	35,16	2.771	2.050	7	3
453	930	Grupo Negocios Po, S.L.U.	VLC	35,06	3.842	2.845	677	473
454	1.075	Ene Ese Construcciones Valencia, S.L.	VLC	34,98	3.101	2.297	232	61
455	915	Leschaco Iberia, S.L.	VLC	34,96	3.917	2.902	-420	-291
456	327	Corazig, S.L.U.	VLC	34,96	11.865	8.792	-77	205
457	280	Diseño Y Construcción de Maquinaria Automatizada, S.L.	VLC	34,73	13.693	10.163	814	429
458	72	Industria Restauración Colectiva, S.L.	VLC	34,73	42.713	31.703	-232	59
459	1.012	Viveros Canos, S.L.	CST	34,67	3.417	2.538	636	259
460	939	Enraz Import Export, S.L.	VLC	34,60	3.782	2.810	146	144
461	638	Teulamar, S.L.	ALC	34,58	5.914	4.394	-85	20
462	1.160	Palbox Industrial, S.L.	VLC	34,56	2.710	2.014	13	-25
463	70	Orenes Apuestas CV, S.A.	VLC	34,55	45.444	33.775	-859	-246
464	838	Ingeniería para Desarrollo Tecnológico, S.L.	VLC	34,53	4.413	3.280	202	13
465	1.073	Calzados Abo, S.L.U.	ALC	34,52	3.129	2.326	24	27
466	751	Decoservihotel, S.L.	ALC	34,46	5.003	3.721	549	321
467	889	Idella Bakery, S.L.	ALC	34,45	4.142	3.081	15	27
468	273	Mobel Comercial Planet, S.L.	ALC	34,42	13.908	10.346	221	164
469	765	Transformadores Jesiva, S.L.	VLC	34,42	4.904	3.648	18	19
470	201	Garsiva, S.L.U.	ALC	34,36	17.030	12.675	3.757	2.724
471	917	Mucho Más Que Moda, S.L.	VLC	34,36	3.899	2.902	318	180
472	345	Agrofresh Export Consortium, S.L.	VLC	34,31	11.360	8.458	23	11
473	658	Aetna Group Ibérica, S.L.	CST	34,29	5.715	4.256	114	88
474	1.030	Nature Floor Decoration, S.L.U.	ALC	34,27	3.312	2.467	67	47
475	1.121	Well Point, S.L.	VLC	34,09	2.914	2.173	358	193
476	236	Kenay Retai, S.L.	VLC	34,09	15.111	11.269	202	156
477	74	Mediterránea de Medios Iberia, S.A.	VLC	34,07	42.130	31.425	2.388	1.409
478	875	Inversiones Leonidas, S.L.	VLC	34,03	4.204	3.137	109	70
479	1.050	Cent. de Comp. Y Serv. Ibricks, S.L.	VLC	34,03	3.207	2.393	37	33
480	337	Rafael Guillén Macian, S.L.	VLC	33,97	11.619	8.673	481	354
481	933	Automoción Autos Direct, S.L.	ALC	33,97	3.823	2.854	132	-37
482	1.137	Team Tip-Top, S.L.	ALC	33,91	2.842	2.122	81	70
483	1.005	Wottan Motor, S.L.	VLC	33,88	3.445	2.573	104	127

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Interglobo amplió líneas de negocio y presencia en nuevos sectores

A mediados de 2017, la transitaria italiana **Interglobo** (Génova, 1968) y con oficinas en Europa, América y Asia, decidió, tras cerca de 20 años de colaboración con agentes en España, abrir delegación propia en València, bajo la denominación de **Interglobo Forwarders Spain**. Esta decisión se tomó gracias a la situación estratégica de su puerto en el comercio internacional marítimo, así como el peso de la industria de la construcción en el portfolio de Interglobo.

A lo largo de estos cuatro años, los objetivos iniciales de fortalecer las sinergias con el resto de oficinas del Grupo, especialmente con EE.UU., y la expansión a los mercados latinoamericanos, gracias a una acreditada red de agentes en la zona, se han alcanzado con creces. Además,

la empresa ha experimentado un notable crecimiento, ampliando líneas de negocio y presencia en sectores como aéreo, almacenaje, vinos y alimentación u operaciones triangulares.

En línea con las políticas internas del Grupo, Interglobo Forwarders Spain sigue una filosofía de empresa familiar: atención personalizada a los clientes; búsqueda de las soluciones logísticas más apropiadas para cada caso/cliente con el fin de convertirse en su socio logístico de confianza; y cumplimiento de plazos de entrega de mercancía y en las condiciones apropiadas.

Para ello, junto al desarrollo de herramientas tecnológicas de gestión, la compañía destaca el "know-how" y la contrastada experiencia de su plantilla, alineada con los objetivos de la empresa. Interglobo fo-




Interglobo
INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS

International Freight Forwarders
A human technology world in forwarding

Interglobo Forwarders Spain
 José L. Mercader
 Avda. del Puerto, 302 - OF. 3.3
 46024 - València
 Telf.: 960 660 268
 www.interglobo.com
 jlmercader@interglobo.com



menta la confianza de sus clientes a través de las relaciones personales, mostrándose accesibles y cercanos a ellos y a sus necesidades en todo momento. •

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
484	576	Suproval 1, S.L.	VLC	33,86	6.833	5.105	815	520
485	1.153	Art Fustpi, S.L.	VLC	33,80	2.741	2.048	120	123
486	564	Concret Unión, S.L.	VLC	33,78	7.000	5.232	11	22
487	957	Bufalaria, S.L.	VLC	33,77	3.699	2.765	22	15
488	500	Benzina Carburantes, S.R.L.	VLC	33,76	7.958	5.949	36	28
489	1.041	Bervibox, S.L.	VLC	33,66	3.249	2.431	193	139
490	913	Operador Logístico Lopeval, S.L.	VLC	33,65	3.961	2.964	78	12
491	192	Cye Energía, S.L.	VLC	33,55	17.380	13.013	139	39
492	749	Punto Gofre, S.L.	ALC	33,49	5.011	3.754	548	237
493	1.003	Sumiclina Levante, S.L.U.	VLC	33,42	3.452	2.587	151	48
494	471	Granith Surfaces, S.L.	CST	33,36	8.454	6.339	-194	-381
495	1.034	Prodevelop, S.L.	VLC	33,35	3.282	2.461	2	115
496	764	Bocha Fruit, S.L.	VLC	33,21	4.906	3.683	35	34
497	472	Productos Andranis, S.L.	VLC	33,20	8.434	6.331	639	536
498	712	Aludeco Metálicas, S.L.	ALC	33,18	5.300	3.980	77	44
499	860	Hotel Plaza San Martín, S.A.	CST	33,14	4.344	3.263	652	131
500	1.016	Polifret, S.L.	ALC	33,13	3.409	2.561	62	35
501	396	Titan Firefighting Company, S.L.U.	CST	33,12	10.107	7.593	1.743	-230
502	1.093	Paisajistas del Mediterráneo, S.L.	VLC	33,09	3.023	2.272	202	24
503	1.110	Choosemak, S.L.	VLC	33,00	2.960	2.225	303	289
504	613	Obresa Estudis i Assessorament Constructiu La Safor, S.L.	VLC	32,88	6.141	4.621	99	98

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

RAFA GRAU TRANSPORTS, S.L.U



RAFAEL GRAU RICHART
CEO

OFICINAS: Pol. Industrial El Pla – Parcela 4B. 46270 Villanueva de Castellón (Valencia)
Tel.: 96 245 14 47
info@rafagraustransport.com
www.rafagraustransport.com

SERVICIOS

- TRANSPORTE AGRARIO
- TRANSPORTE INDUSTRIAL
- TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL
- FLOTA PROPIA
- TRÁILERS
- FRIGORÍFICOS
- MEGATRÁILERS
- TREN DE CARRETERA
- CAMIONES DE TRES EJES
- CAMIONES DE DOS EJES
- SEMIRREMOLQUES TAULINER XL



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
505	910	Specially For You, S.L.U.	ALC	32,80	3.971	2.990	34	24
506	634	Del Cerro Segura, S.L.	VLC	32,78	5.937	4.471	173	168
507	506	Select Job Agpe E.T.T, S.L.	ALC	32,76	7.893	5.945	333	67
508	478	Helberica, S.A.	ALC	32,68	8.324	6.274	925	586
509	98	Cebollas Consuay, S.L.	VLC	32,66	30.754	23.183	3.181	778
510	644	Verduras J.R., S.L.	ALC	32,62	5.855	4.415	628	321
511	788	Sun Inkjet Ceramics, S.L.	CST	32,53	4.732	3.571	356	-86
512	298	Meseguer Ortuño Hnos., S.L.	ALC	32,52	12.806	9.664	1.156	643
513	600	Garbantex, S.L.	ALC	32,51	6.304	4.757	26	26
514	420	Valenciana de Mamparas, S.L.	VLC	32,27	9.470	7.159	397	1.463
515	1.150	Nutnacks, S.L.	VLC	32,23	2.770	2.095	129	14
516	113	Diseño Mantenim. Plantas Frigoríficas, S.L.	VLC	32,20	27.667	20.928	2.431	879
517	614	Cesión ETT (Empresa de Trabajo Temporal), S.L.	VLC	32,15	6.118	4.630	7	11
518	1.026	Eco Gift España, S.L.	VLC	32,03	3.334	2.525	219	238
519	877	Invalec, S.L.	VLC	31,96	4.196	3.180	22	65
520	763	Productos Hortofrutícolas Carrus, S.L.	ALC	31,93	4.907	3.720	7	6
521	985	Electric Automation Network, S.L.	VLC	31,92	3.541	2.684	19	22
522	291	Betelgeux, S.L.	VLC	31,88	12.976	9.839	807	479
523	1.084	Una Arquitectura, S.L.	ALC	31,86	3.064	2.324	93	52
524	1.116	Localizador Sherlog, S.L.	VLC	31,77	2.938	2.230	1.014	645
525	1.171	Oroyes, S.L.	CST	31,65	2.635	2.002	32	1
526	1.024	Science Solutions, S.L.	ALC	31,63	3.340	2.538	575	481
527	715	SC Transeuropean Logística, S.L.	VLC	31,60	5.265	4.001	103	62
528	422	Decoexsa Overseas, S.L.U.	VLC	31,60	9.410	7.151	33	25
529	931	Level UP Desarrollo Profesional, S.L.	ALC	31,60	3.841	2.919	1.126	581
530	36	Rover Infraestructuras, S.A.	VLC	31,58	97.531	74.123	2.184	4.045
531	774	Corporate Research International Spain, S.L. y Cia., S.L.	VLC	31,57	4.853	3.688	873	634
532	1.032	Comercial Konga Mediterráneo, S.L.	ALC	31,49	3.290	2.502	44	15
533	1.076	Agroimport, S.L.	VLC	31,44	3.100	2.358	2	2
534	231	Emprendimientos Hosteleros Valencia, S.L.	VLC	31,32	15.443	11.760	1.546	1.213
535	1.065	Automatización In Comfort, S.L.	ALC	31,31	3.167	2.412	122	65
536	1.111	Kaviflex, S.L.	VLC	31,30	2.955	2.251	33	11
537	840	Malvarruiz Soluciones Termosolares, S.L.	VLC	31,29	4.401	3.352	392	333
538	377	Integral Logistics Support, S.L.	VLC	31,18	10.532	8.028	50	53
539	1.033	Transportes y Excavaciones Pasant, S.L.	ALC	31,18	3.286	2.505	51	49
540	1.066	P C H Manyi, S.L.	VLC	31,11	3.161	2.411	136	38
541	170	Calcher Global Solutions, S.L.	VLC	31,10	19.628	14.972	3.775	2.255
542	775	Estación de Servicio Mariola, S.L.	VLC	31,07	4.848	3.699	123	91
543	794	Valenfruit, S.A.	VLC	31,07	4.662	3.557	80	52
544	1.126	Sistemas Technol. para el Desarrollo y Gestión de Juegos, S.L.	VLC	31,06	2.903	2.215	259	226
545	112	Construplas, S.L.U.	CST	31,04	28.269	21.573	4.024	3.099
546	315	Morgantavern, S.A.	ALC	31,04	12.203	9.312	4.506	3.302
547	38	Comex Andina, S.L.	VLC	31,01	83.177	63.490	8.045	12.389

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

“O eres diferente o eres barato”

Daniel Morata, CEO de Nuovvo

Nuovvo, clave en el sector del baño, se destaca por su imparable trayectoria fabricando platos de ducha de resina, encimeras, bañeras y mobiliario de baño de calidad.

- Estáis trabajando en un plan de crecimiento hasta 2024 para aumentar la facturación hasta los 24 millones. ¿Cómo tenéis previsto llevarlo a cabo?

A través de la digitalización de la industria, formando a las personas en el nuevo hábitat laboral y buscando la excelencia del servicio hacia los clientes.

- Habéis creado “la fábrica del futuro”. ¿Qué cualidades la definen?

A la nueva fábrica la define la tecnología 4.0. Hemos implantado sistemas que nos permiten tener la trazabilidad del producto. Desde el momento que el molde entra en la línea y es reconocido por el sistema, ya po-

demo darle información al cliente final de cuándo será entregada su mercancía.

Con esta nueva fábrica tenemos capacidad para dar salida a 1.000 unidades diarias, posicionándonos como una de las más grandes internacionalmente.

“Captamos muy rápido la tendencia y la fabricamos”. ¿Dónde se inspiran para captar tendencias?

Nuestro fin es que nuestros clientes tengan siempre lo que se lleva, lo antes posible en el punto de venta y nos da esa ventaja competitiva. Nos inspiramos tanto en la moda como en las situaciones más cotidianas.

Fruto de nuestro avance y compromiso con el diseño, nuestro mueble de baño MIO ha sido premiado con el iF Design Award 2021, un galardón valorado como uno de los mejores y más apreciados en el mundo desde 1954. Premio que nos motiva para seguir nuestra línea.

NUOVVO[®]
shower reinvented



Daniel Morata
CEO

Sede central: P. I. San Carlos.
Calle Portugal, nº 4
00370. Redován (Alicante)
Tel: 965 681 207
www.nuovvo.com
info@nuovvo.com



Nosotros tenemos una máxima, que es: “O eres diferente o eres barato”. Creemos firmemente en la diferenciación del producto para lograr llegar al público. •

Información facilitada por: Infocif

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
548	211	Tizor Hormigones y Asfaltos, S.L.	ALC	31,00	16.462	12.567	454	350
549	851	Intagua Obras Públicas, S.L.	ALC	30,99	4.367	3.334	112	66
550	136	Moorstyle España, S.L.	ALC	30,86	23.318	17.819	3.578	3.127
551	1.162	Shila Woman, S.L.	ALC	30,85	2.688	2.054	71	58
552	802	Alta Native, S.L.	VLC	30,72	4.628	3.540	298	337
553	693	Sibealpi, S.L.	VLC	30,72	5.421	4.147	505	266
554	40	Dr. Franz Schneider, S.A.U.	VLC	30,72	80.631	61.684	4.448	2.946
555	586	Dinova Alimentos, S.L.	VLC	30,64	6.590	5.044	33	29
556	841	Cros Almendras, S.L.	ALC	30,61	4.400	3.369	4	16
557	966	Moinplast, S.L.	VLC	30,61	3.624	2.775	297	276
558	1.101	Unarc Gestión de Obras, S.L.	VLC	30,60	3.007	2.303	61	59
559	1.168	Transvimon, S.L.	VLC	30,54	2.657	2.035	53	30
560	627	Aromas del Campo, S.L.U.	VLC	30,49	5.974	4.578	905	848
561	734	Barreda y Vidal Operador de Transportes, S.L.	CST	30,45	5.095	3.906	222	164
562	1.045	Gelderauto Motor, S.L.	ALC	30,44	3.233	2.479	243	123
563	334	L.M.1873, S.L.	VLC	30,43	11.655	8.936	249	61
564	362	Dicaltex Internacional, S.L.	ALC	30,41	10.879	8.342	886	997
565	741	Cerrajería Llofra, S.L.	ALC	30,36	5.037	3.864	271	22
566	132	Fulton Servicios Integrales, S.A.	VLC	30,29	24.449	18.766	334	31
567	980	Ingeniería de Diseño y Utillajes, S.L.U.	VLC	30,27	3.578	2.747	536	892
568	856	Migo World, S.L.	VLC	30,24	4.356	3.345	75	73

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

EMBALPACK LEVANTE S.L.



Adrián Pérez
COO

C/ Ribera Baixa nº 12.
Pol. Ind. de Favara.
Tel.: 96 176 92 02
info@embalpacklevante.com
www.embalpacklevante.com/es/

PRODUCTOS

- Cantoneras de cartón para el sector agroalimentario
- Cantoneras de cartón para el sector industrial
- Cantoneras de cartón antihumedad
- Cantoneras de cartón para exportación
- Cantoneras de cartón con impresiones personalizadas
- Cantoneras de cartón troqueladas



Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
569	941	Servicios Generales de La Plana, S.L.	CST	30,19	3.770	2.895	220	65
570	202	40 Grados Lencería, S.L.	ALC	30,08	16.852	12.955	1.755	680
571	1.006	Soler García, S.A.	ALC	30,08	3.445	2.648	11	4
572	400	Cabañero, S.L.U.	VLC	30,00	10.012	7.701	768	479
573	1.094	PME 1910, S.L.	VLC	29,93	3.019	2.324	93	194
574	534	All Scandcargo, S.L.U.	VLC	29,93	7.430	5.719	164	64
575	918	Recubrimientos Técnicos de Pintura, S.L.	VLC	29,90	3.894	2.998	865	672
576	618	Tubular Confort, S.L.	VLC	29,84	6.054	4.663	67	32
577	970	Eden Modern Agriculture, S.L.	ALC	29,80	3.620	2.789	56	44
578	85	Thu Perfil, S.L.	VLC	29,74	33.026	25.454	3.630	626
579	1.086	Albasha Cerámica, S.L.	CST	29,73	3.050	2.351	229	450
580	1.043	Cerámica Da Vinci, S.L.	CST	29,73	3.239	2.497	96	38
581	519	Alicantina Distribuciones Médicas, S.A.U.	ALC	29,62	7.665	5.913	3.292	807
582	1.002	Boxcold Ibérica, S.L.	VLC	29,61	3.453	2.664	3	35
583	1.151	New Progress, S.L.	ALC	29,61	2.753	2.124	83	69
584	228	Frigoríficos Marbamar, S.A.	ALC	29,56	15.521	11.979	48	3
585	304	Herport Logistics Iberica, S.A.	VLC	29,56	12.547	9.685	815	362
586	80	Cementos La Unión, S.A.	VLC	29,54	35.849	27.673	3.142	-349
587	30	RNB, S.L.	VLC	29,54	118.686	91.622	4.015	2.801
588	1.129	Ingeniatic Nuevos Sistemas, S.L.	VLC	29,50	2.891	2.233	403	196
589	567	Manipulados Vázquez, S.L.	ALC	29,48	6.939	5.359	18	7
590	1.140	Inmobiliaria Marín Medina, S.A.	VLC	29,44	2.823	2.181	687	629
591	550	Pedro Iniesta, S.A.	ALC	29,41	7.208	5.570	628	2
592	964	Efigest Solutions, S.L.	VLC	29,38	3.631	2.807	9	20
593	219	Euromecánica Castellonense, S.L.	CST	29,36	15.911	12.300	2.467	2.591
594	389	Diania Logistics, S.L.	VLC	29,35	10.268	7.938	98	72
595	1.049	Transportes Joaquín Buendía, S.L.U.	VLC	29,32	3.211	2.483	131	108
596	1.007	YCR Complementos, S.L.	VLC	29,31	3.444	2.663	123	94
597	1.176	Alvinox Instal·lacions Industrials, S.L.	VLC	29,29	2.608	2.017	138	59
598	773	Obrarta Valenciana, S.L.	ALC	29,25	4.854	3.756	411	184
599	575	Athletic Sport Group, S.L.U.	ALC	29,22	6.836	5.290	89	166
600	79	Delgo Operador de Transporte, S.L.	VLC	29,21	36.006	27.866	96	259
601	829	Cronosport, S.L.	VLC	29,20	4.471	3.461	274	-74
602	354	Incus Technology, S.L.	ALC	29,18	11.107	8.598	2.279	1.738
603	66	Arcillas Atomizadas, S.A.U.	CST	29,12	50.156	38.845	1.205	1.847
604	1.167	Bryan Footwear, S.L.	ALC	29,07	2.666	2.066	6	12
605	692	Rototom, S.L.	CST	29,06	5.428	4.205	170	296
606	1.148	Casa Carmela, S.L.U.	VLC	28,99	2.785	2.159	586	-132
607	1.178	Vistiendo Bebes, S.L.	VLC	28,97	2.586	2.005	53	34
608	1.118	Convico Dos, S.L.	ALC	28,95	2.928	2.270	63	16
609	268	Pérez Cerdá, S.A.	ALC	28,94	13.990	10.850	296	-1.112
610	1.145	Ushuaia Design, S.L.	VLC	28,83	2.804	2.177	335	128
611	518	Estudio Solar Renovables, S.L.	VLC	28,83	7.669	5.953	32	58

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Profiltek se prepara para ser el mejor especialista en espacios de ducha

Profiltek, empresa de capital 100 % español y con sede en Quartell (Valencia) es especialista en “generar espacios de ducha personalizados”.

La compañía familiar, fundada en 1989, se dedicaba en sus orígenes a la carpintería de aluminio y a la fabricación de persianas. En 1995 cambió su objeto de negocio para centrarse en la producción de mamparas.

Pero Profiltek continuó dando pasos de gigante y en 2004 invirtió dos millones de euros en ampliar sus instalaciones a 12.000 m², hasta alcanzar los 30.000 m² actuales. Unas instalaciones que reúnen la más avanzada tecnología productiva, siendo el único fabricante nacional que integra la tecnología de decorado del vidrio, una trazabilidad absoluta y una personalización sin igual, con la más alta calidad del mercado. Además cuenta con la mayor instalación fotovoltaica en baja tensión de la Comunitat Valenciana sobre cubierta.

La trayectoria de Profiltek, consolidada tras tres décadas dedicadas de continuos progresos, se orienta al crecimiento en todos sus mercados desde la especialización en mamparas y platos de ducha, siendo la orientación al cliente uno de los valores esenciales en toda su organización. En estos momentos, la compañía cuenta con más de 230 profesionales; su red de distribuidores la integran más de 5.000 establecimientos; fabrican más de 140.000 mamparas anuales; la inversión entre 2019 y 2020 superó los 5 millones; y su facturación en 2019 se acercó a los 32 millones (31.795.017), un 5,4% más que en 2018. Su ritmo de crecimiento prevé un incremento en torno al 20 % para este año haciendo frente a nuevas inversiones previstas en líneas de producción de mamparas y platos de ducha.

La firma valenciana está inmersa en su plan estratégico de internacionalización y multicanalidad orientada a satisfacer a clientes internacionales desde múltiples canales. En este sentido, Profiltek ha hecho una firme apuesta por su presencia en el canal contract, un sector que valora los materiales avanzados tecnológicamente y que permiten la personalización de los espacios y maximizan su funcionalidad.

Igualmente, sus productos están presentes en 28 países, destacando especialmente el crecimiento en Francia, con una red comercial propia y un catálogo específico que encaja con los intereses del consumidor francés. Su objetivo inmediato: estar presente en toda Europa en los próximos años y convertir a la marca en el mejor especialista europeo en mamparas de ducha.

Modelo de negocio

Profiltek centra su especialización en cada uno de los segmentos de mercado a los que se dirige, ofreciendo a todos ellos dos propuestas diferentes de producto y servicio. Por un lado el ‘producto a medida’, en el que se muestra toda la gama de mamparas y platos de ducha que se pueden personalizar según el espacio, las necesidades y preferencias de cada cliente. Y por otro, el ‘producto estándar en stock’, que alberga una gama de producto seleccionados con disponibilidad inmediata.

“Con esta especialización, –subraya el CEO de Profiltek, **Esteban Azcuénaga**–, adaptamos nuestra oferta de valor en productos y servicios a las necesidades de cada tipo de cliente, allá donde se encuentre en Europa. El tipo de mampara, el transporte o el servicio de montaje se adaptan a lo que requieren clientes y distribuidores. Profiltek extiende así su calidad y su gran capacidad de adaptación y persona-

PROFILTEK



Esteban Azcuénaga
CEO

Sede central: Crta. Nacional 340
(Km 938), 46510

Quartell, Valencia
www.profiltek.com



lización, desde el producto (más de 20 millones de combinaciones en mamparas), a otros servicios igualmente importantes para lograr la máxima satisfacción tanto del cliente como del usuario del espacio de la ducha. Ahí radica el ADN de la compañía”.

La innovación también juega un papel importante en Profiltek. Su división de I+D+i ha contado desde 2010 con un equipo creciente y con más de 5 millones de euros orientados a desarrollar nuevas funcionalidades y a adquirir tecnología puntera para desarrollar nuevos procesos industriales. Una innovación que, desde la creación de la compañía, ha estado vinculada a la obtención de la máxima calidad para garantizar la mayor durabilidad y resistencia de cada uno de sus productos.

La Innovación y el diseño son en Profiltek vectores en continuo crecimiento. Acostumbrada a colaborar con diseñadores de renombre, en 2020, la compañía valenciana recibió el premio iF Design Award por el innovador diseño de su modelo Keisy. •

Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
612	558	Puga Autoservicio Mayorista, S.L.	ALC	28,82	7.097	5.509	464	254
613	881	Bona Mel Organic, S.L.	ALC	28,80	4.186	3.250	74	72
614	421	Procare Health Iberia, S.L.	VLC	28,79	9.420	7.314	479	327
615	320	Viccarbe Habitat, S.L.	VLC	28,75	12.159	9.444	1.988	1.006
616	1.177	Clinic INT JCI, S.L.U.	VLC	28,73	2.606	2.025	589	254
617	104	Trolli Ibérica, S.A.	VLC	28,65	29.018	22.556	1.089	386
618	793	Pet Snack Company, S.L.	ALC	28,57	4.669	3.631	284	164
619	653	Proemisa, S.L.	VLC	28,50	5.762	4.484	4	12
620	1.182	Nova Recal Servicios Instalaciones y Mantenimiento, S.L.	ALC	28,43	2.572	2.002	265	9
621	357	CMAR Innovación y Diseño, S.L.	ALC	28,30	10.981	8.559	1.130	282
622	493	Forest Chemical Group, S.A.	ALC	28,28	8.076	6.295	312	637
623	14	Sanlucar Fruit, S.L.	VLC	28,26	320.000	249.499	3.700	250
624	1.173	Prefabricados Algimia, S.A.	VLC	28,22	2.629	2.051	96	-1
625	1.027	Sebastián López Roda, S.L.	VLC	28,20	3.332	2.599	30	26
626	1.022	Aquassent Shower System, S.L.	VLC	28,17	3.367	2.627	64	128
627	823	Cerramientos del Sureste, S.A.	ALC	28,12	4.527	3.533	120	47
628	1.133	Restaurante Punta Prima, S.L.	ALC	28,12	2.855	2.228	179	61
629	341	Redbond Composites S.L.U.	ALC	28,08	11.552	9.019	152	62
630	992	Ferrotrans, S.L.	ALC	28,07	3.500	2.733	42	39
631	1.020	Hidráulicas La Foia, S.L.	ALC	28,06	3.391	2.648	58	44
632	769	Ayebsa Import Export, S.L.	CST	27,92	4.870	3.807	36	24
633	418	Cultivos Marinos de Guardamar, S.L.	ALC	27,90	9.499	7.427	22	-91
634	820	Palets Bolta, S.L.	VLC	27,88	4.538	3.549	36	6
635	103	Embalajes Serranovas, S.L.	VLC	27,88	29.527	23.090	775	389
636	97	Pons Químicas, S.L.	ALC	27,88	30.758	24.053	2.347	991
637	441	Proveedores de Carnes Naturales del Norte, S.L.	VLC	27,82	9.065	7.092	-6	14
638	1.181	El Mirall On-Line, S.L.	VLC	27,82	2.573	2.013	37	37
639	675	Biocom Cuenca, S.L.	VLC	27,75	5.582	4.369	510	105
640	1.141	Monolith Alimentación España Sur, S.L.	ALC	27,71	2.822	2.209	0	6
641	717	Cortinadecor Web, S.L.U.	ALC	27,68	5.228	4.094	657	520
642	241	Across Logistics, S.L.U.	VLC	27,64	14.830	11.619	185	86
643	635	Pastelería Industrial Monte Turia, S.A.	VLC	27,63	5.932	4.648	450	191
644	960	Abelcom, S.L.	VLC	27,57	3.662	2.870	69	50
645	633	Termoclima Levante, S.L.	ALC	27,57	5.938	4.655	152	129
646	1.135	Mirlofruits, S.L.	ALC	27,57	2.853	2.237	34	-12
647	878	Estructuras Vedat, S.A.	VLC	27,53	4.192	3.287	408	59
648	1.179	Tableros Alistonados y Puertas Hnos. Navarro, S.A.	VLC	27,52	2.579	2.023	18	15
649	1.010	Onestic, Innovación y Desarrollo, S.L.	VLC	27,46	3.427	2.689	221	197
650	783	Gesuncer, S.L.	CST	27,40	4.787	3.757	17	62
651	1.001	Vicente Sarrió, S.L.	VLC	27,22	3.455	2.715	7	6
652	733	Hermanos Catalá, S.L.	VLC	27,22	5.101	4.010	137	126
653	1.187	Alucamp Valentia Sistemas, S.L.	VLC	27,20	2.552	2.006	69	26
654	1.125	Industrias Tmp, S.L.U.	VLC	27,18	2.909	2.287	639	581
655	1.083	Eleuterio Lloná Menchaca, S.A.	VLC	27,18	3.070	2.414	97	123
656	714	Vainsa Infraestructuras, S.L.	VLC	27,17	5.275	4.148	311	136
657	874	Aphelion Soluciones Informáticas, S.L.	VLC	27,16	4.205	3.306	635	262
658	1.069	Excavaciones y Transportes Hermanos March, S.L.	VLC	27,11	3.143	2.473	93	131
659	438	Javitrans 2007, S.L.	ALC	27,11	9.094	7.154	771	201
660	551	Comercial de Transportes Joman, S.L.	VLC	27,10	7.180	5.649	234	92
661	797	Limpiezas de Tubos Navarro, S.L.	ALC	27,10	4.640	3.651	320	165
662	862	Mompó Sport, S.L.	VLC	27,07	4.305	3.388	224	91
663	158	Serfruit, S.A.	VLC	27,00	20.509	16.148	2.392	1.012
664	452	Revestimientos Anticorrosivos Industriales, S.L.U.	VLC	27,00	8.704	6.853	323	519
665	229	Serra Sacos y Gestión S.L.U.	VLC	26,97	15.493	12.202	264	186
666	858	Agenda Proyecto 5, S.L.U.	VLC	26,86	4.346	3.425	117	67
667	672	Martose, S.A.	VLC	26,84	5.607	4.420	381	193
668	582	Factory Burguer Hostelería, S.L.	VLC	26,81	6.692	5.277	118	56
669	853	Frutas Rovi, S.L.U.	VLC	26,81	4.364	3.441	2	-17

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Riba Mundo atribuye su crecimiento espectacular a su equipo humano

Un cambio de aires, el comienzo de una nueva etapa, el clima, la cultura y las gentes de la Comunitat Valenciana llevaron a **Francesco Passamonti** y su familia, de origen italiano, a poner en marcha en 2018 **Riba Mundo Tecnología**, junto con su socio, **Marco Dezi**, que se incorporó en 2020. El primero tiene el 55 % de la propiedad y el segundo, el 45 %.

La compañía tiene su sede en Loriguilla (Valencia) y en ella trabajan 23 profesionales.

En cuanto al crecimiento espectacular que ha registrado la compañía, *“francamente –reconoce Passamonti– hemos trabajado tanto, mi equipo y yo, que no nos hemos parado ni a pensarlo”*.

Sin embargo, asegura que *“es fruto de diez años de experiencia y constancia. Además, puedo remarcar que aposté desde el inicio por Xiaomi, que en su nacimiento no tuvo una buena acogida por los grandes distribuidores europeos”*. Ya que, tal y como explica Passamonti, era una firma de nueva creación y 100 % asiática. *“Esta apuesta nos lanzó a la situación actual, pero también es importante darle valor a los 8 millones que tenemos de stock en los almacenes. Hoy en día, ninguna distribuidora arriesga así”*, subraya.

El CEO de la compañía destaca que sin su equipo no hubiera sido posible. *“Desde Miguel (mozo de Almacén) hasta Sonia (responsable de Administración)”*.

En cuanto a la pandemia, Passamonti incide en que les ha perjudicado ya que *“nuestros clientes fieles, pequeñas tiendas, minoristas..., se vieron obligados a bajar sus persianas, y con ello nuestra facturación se frenó sin paliativos”*.

Esta situación les obligó a reinventarse y a apostar *“por la venta online agresiva y a arriesgarnos en el mundo marketplace con Amazon y Ebay”*. Pero a la vez les propor-

cionó un doble beneficio: crecimiento económico y un conocimiento real de las necesidades del cliente final, *“lo que nos ha ayudado a avanzar por el camino correcto. Debido a la pandemia, muchos hogares renovaron sus equipos tecnológicos y este hecho impulsó al sector y a distribuidores como nosotros”*.

De hecho, 2020, Passamonti lo define como *“el año de la consagración”* ya que facturaron más de 59 millones. *“En el primer trimestre hemos superado los 31 millones en ventas, nuestro objetivo es alcanzar los 80 millones a final de año”*.

A juicio del fundador de Riba Mundo Tecnología, la clave de su éxito está en la distribución de grandes firmas internacionales, *“pero no de forma determinante, ya que el triunfo reside en el equipo humano. Siempre insistiré en ello”*.

Actualmente la compañía distribuye más de 20 marcas. *“Nuestros contratos son directos o con mayoristas dirigidos por la marca. Trabajamos de manera continua para ampliar el portfolio”*. Aunque a la hora de incluir cualquier fabricante nuevo *“llevamos a cabo un control de mercado exhaustivo que realizamos con la ayuda de empresas externas”*.

Actualmente, la compañía cuenta con una cartera de más de 2.000 clientes activos en Europa, EE.UU., Emiratos Árabes Unidos y China y están trabajando para incorporar a América Latina y Rusia y ampliar su presen-



RIBA MUNDO
tecnología



Francesco Passamonti

Gerente

Calle En Proyecto, s/n.

N 1-7, Parc. M5-1,

Sector I-10.

46393 Loriguilla (Valencia)

Tfno.: 961 676 749

www.ribamundotecnologia.es



sencia en España y Europa.

Entre sus novedades, la puesta en marcha, este mismo mes, de una plataforma B2B *“que contribuirá a aumentar el número de clientes nacionales y europeos, tanto minoristas como mayoristas”*.

Para dar un servicio eficiente de entrega –24 h tanto en España como en Europa–, han firmado acuerdos con **Correos Expres** y **Longinser, DHL** y **UPS**.

La compañía cuenta también con un servicio posventa y de atención al cliente ya que *“es la base de cualquier empresa. En mi casa decían: “un cliente contento es un cliente que vuelve”*. A las pruebas me remito, *nuestra cuenta de Amazon cuenta con una valoración de 4,9, sobre 5”*.


Planes futuros

Passamonti nos confiesa que ahora mismo está valorando cuatro propiedades distintas para la nueva sede, tanto de oficinas como almacenaje. *“Todas ellas cercanas a nuestra ubicación actual. En ella incluiremos nuestro Cash And Carry, ya que queremos seguir en contacto con el cliente final”*. Este proceso culminará en el último trimestre del año. •

Información facilitada por: 

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
670	1.035	Productos Emianjo, S.L.	ALC	26,76	3.280	2.588	34	32
671	743	Colina Cimar, S.L.U.	ALC	26,75	5.030	3.968	124	-629
672	106	Maxcolchon, S.L.U.	VLC	26,74	28.964	22.854	1.432	399
673	1.142	Alquiler de Maquinaria Company 2011, S.L.	VLC	26,71	2.818	2.224	623	216
674	1.104	Cervic, S.A.	ALC	26,71	2.984	2.355	244	163
675	938	Take Me Shoes, S.L.	ALC	26,70	3.782	2.985	70	45
676	595	Campos de Alcalá, S.L.	CST	26,69	6.438	5.082	206	159
677	1.157	Áridos Carasoles, S.L.U.	VLC	26,68	2.721	2.148	293	18
678	996	Samarplast Plastics, S.L.	VLC	26,67	3.477	2.745	130	50
679	670	Icubic Engineering And Management, S.L.	ALC	26,62	5.631	4.447	306	295
680	565	Alapont Soluciones Logísticas, S.L.	VLC	26,62	6.982	5.515	293	239
681	1.180	José Alonso Valor e Hijos, S.L.	ALC	26,60	2.578	2.037	42	26
682	1.067	Macri 07 Obras y Estructuras, S.L.	VLC	26,58	3.154	2.491	118	23
683	1.088	Idearideas, S.L.	CST	26,58	3.042	2.403	2	16
684	898	Technology Maxitools, S.L.	ALC	26,49	4.078	3.224	138	71
685	522	Fruits Nules, S.L.	CST	26,48	7.608	6.015	90	32
686	330	Equipo Médico Crespo, S.L.	VLC	26,48	11.751	9.291	2.583	2.186
687	867	TAP Stockage y Manutención Ibérica, S.L.U.	VLC	26,47	4.261	3.369	88	40
688	69	Comercial Projar, S.A.	VLC	26,46	46.854	37.051	2.694	456
689	512	Hijos de Francisco Morant, S.L.	ALC	26,45	7.764	6.140	-2.899	-554
690	166	Aceites Albert, S.A.	VLC	26,43	19.820	15.676	236	169
691	527	Vinos y Distribuciones Aguilar, S.L.	ALC	26,36	7.522	5.953	55	33
692	1.063	Desalimed, S.L.	VLC	26,35	3.178	2.515	31	21
693	599	Buscando Sueños, S.L.	VLC	26,27	6.331	5.014	625	334
694	1.138	Astan Hogar, S.L.	VLC	26,22	2.841	2.251	59	121
695	77	First Globaltrade Spain S.L.U.	VLC	26,22	36.792	29.149	377	196
696	447	Gómez Madrid Soluciones Metálicas, S.L.	VLC	26,20	8.795	6.969	997	761
697	508	Talleres J.J. Vázquez, S.L.	VLC	26,19	7.885	6.249	339	115
698	972	Triplex Ibérica, S.L.	CST	26,18	3.615	2.865	118	144
699	180	Carnicerías Ibañez, S.L.	ALC	26,11	18.877	14.969	299	282
700	218	Eliwell Ibérica, S.A.	VLC	26,10	15.970	12.664	3.628	2.118
701	791	Agensys Technology, S.L.	ALC	26,05	4.690	3.721	559	807
702	1.059	Tecam Levante, S.L.L.	VLC	26,01	3.195	2.535	88	53
703	940	Transeuroquip, S.L.	VLC	26,01	3.779	2.999	115	30
704	492	One Fruit Spain, S.L.	CST	25,99	8.082	6.415	87	3
705	56	Interim Aire Empresa de Trabajo Temporal	VLC	25,94	57.462	45.628	908	704
706	462	Hilex Transformaciones Metálicas, S.L.	ALC	25,86	8.555	6.797	100	-29
707	1.174	Dreamsea Surf, S.L.	ALC	25,85	2.619	2.081	36	42
708	987	Fil Everest, S.L.	ALC	25,85	3.522	2.799	87	97
709	554	Tecnología Alimentaria Catering 4y5, S.L.U.	ALC	25,75	7.143	5.680	199	130
710	1.183	Hortalizas Pascual Berga, S.L.	CST	25,74	2.561	2.037	16	24
711	556	Tax Free Europa, S.L.	ALC	25,71	7.114	5.659	84	71
712	65	Aire Networks del Mediterráneo, S.L.	ALC	25,69	52.073	41.430	5.372	7.221
713	413	Hersigrim, S.L.	ALC	25,65	9.651	7.681	156	115
714	1.064	Francisco José Santacruz Gambin, S.L.U.	ALC	25,62	3.172	2.525	22	21
715	153	Atramentum, S.L.	ALC	25,55	20.719	16.502	588	290
716	569	BC Fertilis, S.L.	VLC	25,53	6.896	5.493	428	362
717	45	Bdmed 2010, S.L.	CST	25,50	67.982	54.168	1.232	868
718	895	Viveros Valero e Hijos, S.L.	ALC	25,49	4.095	3.263	244	148
719	911	Alumacer Complementos, S.L.	CST	25,48	3.968	3.162	523	304
720	727	Lorenzo Andrés Vallés, S.L.	ALC	25,47	5.154	4.108	618	227
721	58	TAU Cerámica Solutions, S.L.U.	CST	25,46	57.007	45.437	332	355
722	1.036	Planificación de Entornos Tecnológicos, S.L.	VLC	25,46	3.280	2.614	235	77
723	1.018	Verduras Sanvi, S.L.	CST	25,43	3.401	2.711	47	14
724	395	La Redonda de Los Huertos, S.L.	ALC	25,39	10.117	8.068	136	123
725	667	Lozano Expedición, S.L.	ALC	25,36	5.642	4.501	260	257
726	991	Textiles Pascual, S.A.	ALC	25,34	3.504	2.796	85	151
727	844	Euroalse, S.L.	VLC	25,33	4.386	3.500	35	27
728	682	Perfiles Pleck, S.A.L.	ALC	25,30	5.555	4.434	151	142

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**


Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
729	1.079	Modular Global, S.L.	VLC	25,30	3.088	2.465	151	137
730	900	Ajos Matevi, S.L.	VLC	25,28	4.069	3.248	97	74
731	41	Constantino Gutiérrez, S.A.	ALC	25,27	79.004	63.069	734	615
732	1.106	Moldes Especiales Plazai, S.L.	CST	25,26	2.972	2.372	688	135
733	378	Villas Lomas de Don Juani, S.L.	ALC	25,25	10.514	8.394	960	1.196
734	1.044	Construcciones Herrero Atienzar, S.L.	VLC	25,25	3.235	2.583	18	18
735	465	Soluciones Industriales y Tratamientos Ambientales, S.L.	CST	25,24	8.543	6.821	589	545
736	1.047	Transpayfer, S.L.	ALC	25,20	3.214	2.567	15	15
737	1.107	Frutas Cayo Valencia 2007, S.L.	VLC	25,20	2.971	2.373	53	12
738	1.158	Foradia, S.L.	ALC	25,19	2.718	2.171	90	3
739	1.097	Neo Home Group, S.L.	VLC	25,18	3.014	2.408	66	56
740	760	Oroafretex, S.L.	ALC	25,16	4.937	3.944	49	31
741	12	Grupo Ebransar	CST	25,14	364.084	290.948	12.232	17.087
742	200	Integraciones Avícolas Valencianas, S.A.	VLC	25,12	17.075	13.647	87	71
743	305	Tuwyncar Sport, S.L.	ALC	25,09	12.499	9.993	144	110
744	1.161	Juan Poveda, S.L.	ALC	25,08	2.703	2.161	90	209
745	1.189	Alacena de Rate, S.L.	ALC	25,07	2.549	2.038	1	1
746	1.057	Beniart, S.A.	VLC	25,06	3.199	2.558	149	31
747	210	Aplicaciones y Transformación de la Madera, S.L.	VLC	25,06	16.475	13.174	240	94
748	810	Bricosafor, S.L.	VLC	25,03	4.575	3.659	79	63
749	25	Martico Valencia, S.L.	VLC	25,01	136.402	109.114	2.630	2.049
750	1.163	Sistemas Acorazados Eurosegur, S.L.	ALC	24,99	2.679	2.143	111	98
751	679	Nutrispain, S.L.	VLC	24,92	5.567	4.456	68	315
752	735	M. Castelló Jover, S.L.	ALC	24,84	5.092	4.079	539	362
753	1.117	Urban Trucks, S.L.	VLC	24,73	2.932	2.350	82	141
754	1.108	Aluminguez, S.L.	ALC	24,72	2.969	2.380	13	13
755	557	Surginnova, S.L.U.	ALC	24,71	7.108	5.699	1.411	716
756	804	Forja García, S.L.U.	VLC	24,71	4.605	3.693	298	31
757	1.115	Unidad Neuro-RHB, S.L.	VLC	24,70	2.938	2.356	197	42
758	1.089	Caucho Industrial Verdú, S.L.	ALC	24,69	3.035	2.434	99	136
759	542	Cales Pascual, S.L.	VLC	24,69	7.283	5.841	28	11
760	704	CCB Colors 2010, S.L.	CST	24,68	5.345	4.287	69	45
761	694	Codecol, S.L.U.	ALC	24,68	5.419	4.346	38	94
762	888	Naimar Logística, S.L.U.	VLC	24,68	4.148	3.327	5	6
763	1.191	Comercio Tradicional y Electrónico, S.L.	ALC	24,67	2.535	2.034	-266	-300
764	705	Valencia Plant Export, S.L.U.	VLC	24,66	5.345	4.287	378	179
765	752	Faperin, S.L.	ALC	24,64	4.996	4.008	126	111
766	416	Garcisol, S.L.	ALC	24,62	9.515	7.635	516	1.597
767	523	Fenopork, S.L.	CST	24,60	7.558	6.066	1.040	156
768	813	Leader Transport, S.L.	VLC	24,54	4.561	3.662	-284	97
769	1.048	Crop Care, S.L.	VLC	24,53	3.213	2.580	15	13
770	1.134	Eco Spain Gómez García, S.L.	ALC	24,53	2.855	2.292	42	48
771	737	Instalaciones Eléctricas Comuval, S.L.	VLC	24,53	5.064	4.067	451	578
772	331	Novali, S.L.	ALC	24,52	11.749	9.436	601	107
773	1.074	Nalurland Solutions, S.L.	VLC	24,38	3.121	2.509	35	25
774	34	CHM Obras e Infraestructuras, S.A.	ALC	24,38	100.024	80.420	2.157	1.794
775	253	Astilleros Astondoa, S.A.	ALC	24,34	14.492	11.655	-1.123	-2.518
776	133	Palets Suller, S.L.	CST	24,31	24.123	19.405	1.814	471
777	321	Hidrotecnoagua, S.L.	ALC	24,31	12.152	9.776	1.703	1.874
778	144	Svan Trading, S.L.	VLC	24,30	22.193	17.855	638	386
779	1.159	Demazieres Luzuriaga, S.L.	ALC	24,27	2.714	2.184	83	60
780	1.120	Distinta, S.L.U.	ALC	24,19	2.923	2.353	-1.408	-1.008
781	1.128	Eurocebrían, S.L.	VLC	24,11	2.900	2.336	23	9
782	303	Wilma's Lawn & Garden, S.L.	VLC	24,11	12.558	10.118	1.129	1.364
783	49	Bestile, S.L.	CST	24,10	61.788	49.788	404	-4.385
784	1.061	ACC Representaciones, S. L.U.	ALC	24,02	3.189	2.571	36	35
785	367	Ruescas Export, S.L.	VLC	23,93	10.727	8.656	185	149
786	812	Polasal, S.A.	ALC	23,92	4.563	3.683	223	607
787	922	General de Suministros Leopoldo, S.L.	ALC	23,91	3.868	3.121	88	26

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por: **Infocif**


Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
788	1.152	Iniciativas Goetan, S.L.	CST	23,91	2.746	2.216	31	119
789	1.175	Reyman JS Montajes Industriales, S.L.	VLC	23,87	2.612	2.109	55	86
790	244	Arte Láctico Caprino, S.L.	VLC	23,85	14.687	11.858	411	330
791	570	Instalaciones Sánchez Mateos, S.L.	ALC	23,82	6.895	5.568	276	566
792	1.190	Nereida Mediterránea, S.L.	VLC	23,79	2.546	2.057	2.332	2.973
793	54	Dolz España, S.L.	VLC	23,78	58.790	47.496	2.000	983
794	538	Logística y Grúas del Mediterráneo, S.L.	VLC	23,75	7.344	5.934	79	36
795	854	American Tile Spain, S.L.	CST	23,75	4.362	3.525	63	78
796	728	La Casa del Tabaco, S.L.	VLC	23,73	5.144	4.157	45	-22
797	656	L&M Cash Domestic, S.L.	CST	23,69	5.733	4.635	1	-58
798	880	Amarro Perflería, S.L.	VLC	23,66	4.188	3.387	301	175
799	954	Cerrajería Marfont, S.L.	VLC	23,66	3.718	3.007	342	315
800	307	Ingeniería Plana Alta, S.A.	CST	23,65	12.475	10.089	1.556	822
801	1.052	Acemar 2011, S.L.	ALC	23,65	3.205	2.592	20	10
802	120	Agencia De Transportes San Bartolome, S.L.U.	ALC	23,64	26.293	21.267	563	307
803	650	Instituto de Medicina Reproductiva, S.A.	VLC	23,63	5.795	4.687	723	455
804	1.169	Valsat Equipamientos, S.L.	VLC	23,62	2.643	2.138	104	17
805	1.085	Transports Logistics Coordinators, S.L.	ALC	23,62	3.060	2.475	48	127
806	1.124	Manufacturas PortaCeli, S.A.	VLC	23,59	2.910	2.355	20	26
807	55	Zumos Valencianos del Mediterráneo, S.A.	VLC	23,58	58.755	47.545	1.779	-2.016
808	926	Vetrotec Soluciones para el Vidrio, S.L.	VLC	23,57	3.845	3.111	83	57
809	407	Karme Nature, S.L.	ALC	23,55	9.905	8.017	674	595
810	451	Perseida Music, S.L.	VLC	23,54	8.705	7.046	2.530	934
811	640	Rubio Mar, S.L.	ALC	23,52	5.905	4.781	87	15
812	870	Juan Arnal, S.L.	VLC	23,52	4.254	3.444	39	18
813	979	Sandra Stylo, S.L.	ALC	23,51	3.579	2.898	13	19
814	258	Raminatrans Castellón, S.L.	CST	23,50	14.362	11.630	223	166
815	325	Walkerpack Mpl, S.L.	VLC	23,49	11.944	9.672	-1.127	146
816	485	Bateig Piedra Natural, S.A.	ALC	23,46	8.185	6.630	1.098	718
817	639	Carmado, S.L.	ALC	23,46	5.910	4.787	665	745
818	929	Valencia Container Depot Logística, S.L.	VLC	23,44	3.843	3.113	17	52
819	578	Ribetes y Cordones Martí, S.L.	ALC	23,40	6.773	5.488	372	258
820	819	Ximo Magallo y Cia., S.A.	VLC	23,39	4.541	3.680	456	75
821	721	Global Logística de Levante, S.L.	VLC	23,39	5.216	4.227	98	41
822	1.195	Cítricos de Cartaya, S.L.	VLC	23,39	2.487	2.016	786	1.032
823	404	Naturhogar, S.L.U.	ALC	23,38	9.983	8.091	548	443
824	44	Levantina 2000 de Automoción, S.A.	ALC	23,37	72.635	58.876	438	232
825	1.170	Instinto Moda, S.L.	ALC	23,36	2.642	2.142	137	-86
826	110	Quimicer, S.L.U.	CST	23,36	28.370	22.999	1.359	839
827	114	Levantina Distribución Propia España, S.L.U.	ALC	23,32	27.434	22.246	-1.229	-1.028
828	873	Curtyplast Trading, S.L.U.	ALC	23,31	4.213	3.416	781	550
829	719	Manufacturas Botana, S.L.	CST	23,28	5.218	4.232	155	76
830	1.127	Porcelastone, S.L.	CST	23,27	2.901	2.354	60	18
831	571	Mediterránea Lifestyle, S.L.	VLC	23,26	6.893	5.592	885	483
832	950	Obras y Construcciones Jesús Sales, S.L.	CST	23,24	3.728	3.024	46	20
833	95	Ibérica de Aparellajes, S.L.	VLC	23,20	31.095	25.240	2.061	1.553
834	945	Maquinaria y Embalajes Rocamora, S.L.	ALC	23,19	3.751	3.045	19	24
835	1.143	Vega-Nostra, S.L.	ALC	23,16	2.815	2.286	30	30
836	29	Viva Aqua Service Spain, S.A.	VLC	23,15	119.440	96.988	4.615	3.953
837	563	Gote, S.A.	VLC	23,14	7.003	5.687	145	147
838	39	Biocom Energía, S.L.	VLC	23,13	82.274	66.819	2.260	-324
839	1.025	Porcimír, S.L.	CST	23,12	3.339	2.712	215	116
840	661	Maquinaria Termo Plástico, S.L.	VLC	23,11	5.695	4.626	231	191
841	901	Fábrica Exportadora Metálica, S.L.	ALC	23,11	4.061	3.299	318	391
842	484	Benimar, S.L.	ALC	23,09	8.186	6.650	1.414	1.731
843	436	Marshmallows International, S.L.	ALC	23,08	9.144	7.429	1.030	752
844	173	Técnicas y Tratam. Medioambientales, S.A.U.	VLC	23,06	19.269	15.658	564	5.876
845	799	Setabis Training, S.L.	VLC	23,06	4.638	3.769	12	12
846	978	MLS Textiles 1992, S.L.	VLC	22,99	3.585	2.915	293	89

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  Infocif


Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
847	1.131	Tecnología del Vidrio y Aluminio, S.L.	VLC	22,98	2.883	2.344	19	7
848	1.071	David's Europe, S.L.	ALC	22,96	3.139	2.553	168	180
849	1.039	República Dénia, S.L.U.	ALC	22,95	3.259	2.651	48	219
850	154	Manipulados de Cebollas y Derivados, S.L.U.	VLC	22,92	20.685	16.828	-526	2.471
851	809	Europea de Carretillas MB, S.L.	VLC	22,90	4.585	3.731	339	187
852	710	Envases Metálicos Eurobox, S.L.	ALC	22,79	5.326	4.338	361	362
853	1.146	Transportes Kuorma, S.L.	VLC	22,70	2.789	2.273	52	46
854	884	Representaciones y Dist. del Mediterráneo, S.L.	CST	22,70	4.170	3.398	47	66
855	135	Grupo Marcos Distribución Levante, S.L.U.	ALC	22,70	23.847	19.435	442	803
856	309	Digital Wap Center, S.L.U.	CST	22,68	12.438	10.139	254	101
857	669	Alimentaria Adin, S.L.	VLC	22,66	5.636	4.595	851	498
858	187	Agroserc, S.A.	ALC	22,65	17.792	14.507	377	306
859	989	Grupo Castel Orotana, S.L.	CST	22,64	3.507	2.860	22	25
860	1.056	Vicent Ribera Plana, S.L.U.	VLC	22,61	3.200	2.610	69	18
861	772	Matricería Caspe, S.L.	VLC	22,61	4.856	3.961	15	4
862	777	Cuchillas Industriales Rodrigo, S.L.	CST	22,61	4.808	3.922	763	645
863	952	Marketing Alternativa Prod. España, S.L.	ALC	22,59	3.725	3.038	148	99
864	242	Litoturía, S.L.	VLC	22,57	14.812	12.085	1.094	1.416
865	1.060	Chapas Arias, S.A.	VLC	22,56	3.191	2.604	55	46
866	616	LV Recicla Mas 2005, S.L.U.	VLC	22,53	6.089	4.970	207	314
867	1.098	Rizzolo, S.L.U.	ALC	22,52	3.012	2.459	59	55
868	690	Millenium Buildings 2.0, S.L.	CST	22,52	5.443	4.443	304	357
869	561	Lovefruits, S.L.	CST	22,51	7.012	5.724	45	34
870	15	Grupo Alimentario Citrus, S.L.U. y Soc. dependientes	VLC	22,46	289.736	236.590	2.422	7.132
871	517	Ambulevante, S.L.	VLC	22,46	7.714	6.299	-952	-871
872	845	IS Cell And Web, S.L.	ALC	22,45	4.381	3.578	341	185
873	834	Serraglass, S.L.	VLC	22,44	4.446	3.631	9	5
874	199	Ebir Iluminación, S.L.	VLC	22,43	17.130	13.991	569	990
875	837	Provaquil, S.L.	VLC	22,40	4.415	3.607	618	736
876	620	Frímorife, S.L.	VLC	22,37	6.041	4.937	78	59
877	1.103	Omega Ingenia Obras y Servicios, S.L.	CST	22,36	3.000	2.452	19	21
878	76	Rana Hispania, S.A.U.	CST	22,36	37.124	30.340	698	362
879	651	Forward Data, S.L.	VLC	22,35	5.775	4.720	469	508
880	700	Logística Quintanilla, S.L.	VLC	22,35	5.354	4.376	30	23
881	491	Translevante, S.A.	VLC	22,28	8.129	6.648	364	249
882	1.194	Salvador del Cerro, S.L.	VLC	22,25	2.488	2.035	15	5
883	233	Grupotec Servicios de Ingeniería, S.L.U.	VLC	22,23	15.330	12.541	448	162
884	934	Trans-Tomaco, S.L.	CST	22,22	3.812	3.119	70	57
885	1.091	Grupo Pablo Valles, S.L.	CST	22,22	3.028	2.477	90	35
886	1.198	Adhesivos Martínez, S.L.	ALC	22,22	2.462	2.015	181	195
887	1.114	Gimeno Servicios Compartidos, S.L.	CST	22,21	2.946	2.411	31	78
888	262	Rafa Grau Transports, S.L.	VLC	22,15	14.149	11.583	100	89
889	886	Aglomerados Valencia, S.L.	VLC	22,13	4.155	3.402	106	73
890	1.130	P&A Roplan, S.L.	ALC	22,10	2.888	2.365	321	273
891	999	Cartonajes Ibi, S.L.U.	VLC	22,09	3.464	2.837	3	4
892	800	Esmaltile Productos Cerámicos, S.L.	CST	22,08	4.633	3.795	236	247
893	243	Criscolor Distribuciones de Levante, S.L.	VLC	22,08	14.773	12.102	1.942	1.404
894	976	Rafael Martínez, S.L.	VLC	22,05	3.594	2.945	53	46
895	709	Transportes y Pescados Los Alegres, S.L.	ALC	22,04	5.334	4.371	317	110
896	699	Frutos Secos Escrig, S.A.	CST	22,00	5.384	4.413	49	34
897	683	Comercial Castper, S.L.	ALC	21,99	5.551	4.551	198	184
898	514	Asuntos Globales de Comercio, S.L.	VLC	21,99	7.759	6.360	454	245
899	663	Grupo Óptico Victoria Playa, S.L.	ALC	21,98	5.671	4.650	58	53
900	1.100	La Seu Catering y Hostelería, S.L.	VLC	21,97	3.008	2.467	482	335
901	1.082	Bioinicia, S.L.	VLC	21,96	3.079	2.524	579	116
902	283	Daniel Monzón, S.L.	VLC	21,95	13.414	11.000	273	245
903	380	Cover Verif. Eléctricas, S.A.	VLC	21,91	10.469	8.587	593	485
904	410	Derex, S.A.	VLC	21,88	9.846	8.079	180	501
905	545	Evalue Innovación, S.L.U.	VLC	21,87	7.256	5.954	2.378	1.718

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (***) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
906	826	Vicente Vila, S.L.	VLC	21,85	4.516	3.706	-370	185
907	1.156	Medip Health, S.L.	VLC	21,85	2.725	2.237	22	-168
908	122	Tendencias Cerámicas, S.L.	CST	21,83	25.859	21.225	2.287	1.482
909	282	Green Box, S.L.	VLC	21,82	13.554	11.126	1.528	1.157
910	1.172	Montgo Verd, S.L.	ALC	21,81	2.631	2.160	307	244
911	1.087	Ismael Natividad Alpuente, S.L.	VLC	21,81	3.046	2.501	28	92
912	688	Inserlevel ETT, S.R.L.	VLC	21,81	5.479	4.498	25	28
913	397	Costa Concentrados Levantinos, S.L.	VLC	21,81	10.061	8.259	17	294
914	143	Andreu Barberá, S.L.	VLC	21,80	22.273	18.287	698	271
915	90	Aglomerados Los Serranos, S.A.	ALC	21,79	32.130	26.382	-780	64
916	232	Cerámica Mayor, S.A.	ALC	21,79	15.362	12.614	3.023	1.922
917	322	Max-G-Mobile, S.L.U.	ALC	21,78	12.118	9.951	49	115
918	963	Obras y Servicios P. Selva, S.L.	ALC	21,77	3.643	2.991	9	15
919	892	Banydea Style, S.L.	VLC	21,69	4.128	3.393	711	551
920	1.186	LDG Obras y Servicios, S.L.	VLC	21,66	2.552	2.098	128	62
921	531	Valfortec, S.L.	CST	21,63	7.464	6.137	4.744	1.889
922	23	Refresco Iberia, S.A.U.	VLC	21,63	163.369	134.314	1.624	-637
923	1.199	Sky Wine, S.L.	VLC	21,61	2.450	2.014	41	21
924	1.119	Boston Nutraceutical Science, S.L.	ALC	21,60	2.927	2.407	6	8
925	621	Zona Límite Castellón, S.L.	CST	21,59	6.007	4.940	52	41
926	706	Corioliss Europe, S.L.	ALC	21,59	5.340	4.392	272	154
927	896	Uvax Concepts, S.L.	VLC	21,57	4.086	3.361	106	305
928	1.166	Rayce Supermercados, S.L.U.	VLC	21,56	2.676	2.201	39	18
929	1.096	Trualtrans, S.L.	ALC	21,56	3.018	2.483	139	93
930	1.200	Belgium Foods, S.L.	ALC	21,54	2.444	2.011	12	25
931	817	Internet Tourism Solutions, S.L.	VLC	21,52	4.547	3.742	789	516
932	176	Transtel, S.A.	VLC	21,51	19.149	15.759	3.820	3.126
933	1.102	Natural Solter, S.L.	ALC	21,49	3.005	2.473	297	187
934	617	Alljuicemed, S.L.	ALC	21,49	6.060	4.988	287	685
935	827	Euro Home Online, S.L.U.	VLC	21,48	4.502	3.706	125	79
936	524	Manufacturas Febel, S.A.	CST	21,47	7.546	6.212	144	87
937	1.080	Oftalvist-Cio, S.L.	ALC	21,46	3.085	2.540	221	257
938	626	Llacer Electrodomésticos, S.L.	VLC	21,46	5.981	4.924	12	11
939	593	Masia Hnos. CEM, S.L.	CST	21,45	6.449	5.310	59	56
940	314	N&C Halabi Company, S.L.	VLC	21,43	12.206	10.052	60	-15
941	818	Ivan Trans 2002, S.L.	VLC	21,43	4.545	3.743	134	-89
942	382	Desarrollos e Ing. de Sistemas Electrotec. y Comunic., S.L.	VLC	21,42	10.444	8.601	49	25
943	402	MarTrans Logística y Transporte, S.L.	VLC	21,40	9.997	8.235	696	614
944	1.196	Roig Martí Arquitectura, S.L.P.	VLC	21,40	2.483	2.045	325	594
945	1.040	Soricastel, S.L.	VLC	21,40	3.255	2.681	817	619
946	1.188	Agrícola La Lobera, S.L.	ALC	21,39	2.552	2.102	130	17
947	832	Redesmar, S.A.	ALC	21,37	4.454	3.669	145	114
948	67	Landgard España, S.L.U.	VLC	21,36	48.779	40.193	351	504
949	1.014	Curtidos Segorbe, S.L.	CST	21,33	3.413	2.813	24	23
950	857	Agrupación de Produc. de Covadonga, S.L.	VLC	21,28	4.350	3.587	10	13
951	276	Arca Ingenieros y Consultoría, S.L.	VLC	21,27	13.840	11.412	2.870	3.117
952	914	Productos de Jardinería para la Exportación, S.L.	VLC	21,26	3.936	3.246	213	94
953	240	Alani Higiene Profesional, S.L.	VLC	21,26	14.873	12.265	529	402
954	1.164	Movimientos de Tierras Olucha Hnos., S.L.	CST	21,22	2.677	2.208	107	105
955	981	Progaval Pork, S.L.	VLC	21,21	3.574	2.949	115	44
956	167	Interglobo Forwarders Spain, S.L.	VLC	21,17	19.769	16.314	393	104
957	141	Necomplus, S.L.	ALC	21,17	22.387	18.475	314	981
958	1.154	Louis Textile Group	VLC	21,16	2.738	2.259	192	179
959	1.192	Dihersa Inversiones, S.L.	VLC	21,16	2.528	2.086	77	36
960	1.184	Tecmaco-La Vall, S.L.	CST	21,16	2.561	2.113	172	86
961	951	Aligrupo Real State, S.L.	ALC	21,15	3.725	3.075	1.847	1.341
962	371	Andrés Zamora e Hijos, S.A.	VLC	21,15	10.632	8.776	615	459
963	1.144	Envalia Group, S.L.	VLC	21,14	2.810	2.320	331	147
964	147	Productos del Mar Ancavico, S.L.	ALC	21,12	21.398	17.666	388	185

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**


Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
965	790	Teyvi, S.L.	VLC	21,12	4.697	3.878	238	141
966	905	Liberty Road, S.L.	VLC	21,12	4.031	3.328	37	83
967	584	Tratamientos Gumalba, S.L.	ALC	21,11	6.639	5.482	85	94
968	921	Doalco, S.A.	ALC	21,10	3.872	3.198	-373	-88
969	932	Suministros Coplasa, S.L.	VLC	21,10	3.837	3.168	165	140
970	543	OTP-Oficina Técnica de Prevención, S.L.	ALC	21,09	7.276	6.009	20	12
971	784	Serfiel ETT, S.L.	VLC	21,08	4.781	3.948	26	17
972	494	Flywire Spain, S.L.U.	VLC	21,06	8.053	6.652	399	346
973	28	Becca, S.A.U.	CST	21,02	122.612	101.313	2.907	3.269
974	1.109	Buho Volando, S.L.	VLC	21,01	2.965	2.450	-26	16
975	1.021	Rankia, S.L.	VLC	20,99	3.376	2.790	550	485
976	31	Ceramic Tile International, S.L.U.	CST	20,98	115.127	95.164	337	456
977	224	Transportes Remedios Torres, S.L.	VLC	20,94	15.638	12.930	345	88
978	861	Sebastián Sánchez, S.L.	ALC	20,94	4.311	3.565	403	305
979	487	Autoselección Algemesí, S.L.	VLC	20,89	8.164	6.753	251	195
980	681	Recerca Agrícola-Syntech Research Spain, S.L.	VLC	20,87	5.558	4.598	1.269	795
981	1.147	Tecno Tyres,S.L.L.	ALC	20,87	2.788	2.307	111	80
982	1.185	Piscinas Soler, S.L.	ALC	20,86	2.554	2.113	52	32
983	865	Agustín Taroncher e Hijos, S.L.	VLC	20,84	4.276	3.539	339	38
984	368	Comercial de Maquinaria Alzira, S.L.	VLC	20,84	10.725	8.875	1.161	451
985	1.193	Industrias Mecánicas Jopensa, S.L.	VLC	20,83	2.499	2.068	157	119
986	43	Cifre Cerámica, S.L.	CST	20,80	74.971	62.061	3.844	2.778
987	379	Automóviles Romautos, S.A.	ALC	20,75	10.472	8.672	124	57
988	997	Exclusivas Herosa, S.L.	ALC	20,73	3.477	2.880	131	98
989	1.155	Grupo Entorno Documental, S.A.U.	VLC	20,71	2.734	2.265	18	26
990	768	Artisan Drinks, S.L.U.	VLC	20,71	4.880	4.043	-43	28
991	1.051	Securimport Technology, S.L.	VLC	20,67	3.207	2.658	148	135
992	942	Elías Gilabert, S.L.	VLC	20,63	3.765	3.121	114	115
993	1.081	Baroco Proyectos, S.L.	ALC	20,62	3.082	2.555	162	419
994	1.165	Marplanni, S.L.U.	ALC	20,60	2.676	2.219	561	1.026
995	1.197	Centro Diagnóstico Calderón, S.L.P.	CST	20,58	2.474	2.052	117	111
996	1.055	Electrónicas Blanpi, S.L.	VLC	20,58	3.201	2.655	585	506
997	1.112	Luxber, S.L.U.	ALC	20,56	2.952	2.448	21	20
998	5	Umivale, Mutua Colaboradora con la SS, Nº 15	VLC	20,54	644.032	534.308	44.457	41.889
999	319	Hermanos Robledo Hernández, S.L.	VLC	20,46	12.160	10.095	183	215
1.000	116	Compañía Española de Ganadería, S.A.	CST	20,23	27.252	22.667	2.416	11
1.001	119	Grupo Alfatec	VLC	20,09	26.300	21.900		
1.002	454	MR Fabricación, S.A.U.	VLC	19,94	8.690	7.245	239	268
1.003	139	Mikonos Mosaic, S.L.	CST	19,78	22.648	18.909	719	455
1.004	215	Casa Depot, S.L.	VLC	19,65	16.123	13.475	111	79
1.005	263	Malcop, S.L.	ALC	19,42	14.136	11.837	2.051	1.924
1.006	293	Iberocebollas, S.L.	VLC	19,34	12.960	10.859	216	132
1.007	311	Cerámica Meridiano S.A.U.	CST	19,20	12.364	10.373	765	714
1.008	433	Iberoverduras, S.L.	VLC	19,08	9.187	7.715	117	84
1.009	547	MC Construction Chemicals Spain S.L. y Cia., S en C	VLC	19,04	7.239	6.081	39	4
1.010	439	Leansis Expertos en Productividad, S.L.	VLC	18,98	9.070	7.624	1.484	383
1.011	732	Promed Consulting, S.L.U.	ALC	18,84	5.115	4.304	3	54
1.012	125	Andersen	VLC	18,69	25.548	21.525	105	65
1.013	73	Celevant, S.L.	VLC	18,62	42.309	35.669	817	873
1.014	278	Hidro Water, S.L.U.	VLC	18,59	13.799	11.636	897	7
1.015	9	Grupo Baleària	ALC	18,54	452.200	381.470	28.900	27.490
1.016	562	Estructuras y Obras Ribeco, S.L.	ALC	18,31	7.004	5.920	6	26
1.017	84	Gestió Socio-Sanitaria al Mediterrani, S.L.	VLC	18,26	33.546	28.367	335	348
1.018	316	Aislamientos y Envases, S.L.	ALC	18,11	12.201	10.331	1.215	578
1.019	423	Pomelos MBC, S.L.	VLC	18,02	9.389	7.955	511	585
1.020	308	Innova Logic Transportes, S.L.	VLC	17,81	12.442	10.561	309	103
1.021	415	Ricardo Perales e Hijos, S.L.	VLC	17,67	9.526	8.096	771	518
1.022	419	Gourmet, S.A.	VLC	17,59	9.484	8.065	1.757	42
1.023	615	Reciclados y Áridos del Sureste, S.L.	ALC	17,53	6.114	5.202	95	106

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por:  **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
1.024	678	Spineart España, S.L.	VLC	17,40	5.572	4.746	88	-131
1.025	317	Viveros Más De Valero, S.L.	CST	17,19	12.182	10.395	314	250
1.026	363	Nirvel, S.L.	ALC	17,05	10.836	9.257	643	264
1.027	713	Use Family, S.L.	VLC	16,98	5.283	4.516	155	168
1.028	24	Clave Dénia Grupo	ALC	16,78	140.366	120.196	30.412	29.298
1.029	172	Exagres, S.A.	CST	16,65	19.383	16.616	2.700	2.501
1.030	50	Verne Telecom, S.L.U.	ALC	16,60	61.616	52.846	1.274	3.087
1.031	318	PGBS Mediterráneo, S.L.	CST	16,52	12.168	10.443	252	32
1.032	355	Farvertrans, S.L.	VLC	16,49	11.095	9.524	178	54
1.033	250	Carnes Certificadas del Maestrazgo, S.L.	CST	16,34	14.511	12.472	135	106
1.034	662	Strait Value, S.L.	ALC	16,17	5.690	4.898	310	371
1.035	604	Grauben, S.L.	VLC	15,98	6.293	5.426	55	23
1.036	689	Industrias Auca, S.L.	VLC	15,74	5.467	4.723	721	492
1.037	181	Camacho Recycling, S.L.U.	ALC	15,68	18.818	16.268	948	1.202
1.038	431	Cable Aireworld, S.A.U.	ALC	15,59	9.215	7.972	486	263
1.039	216	New Tiles, S.L.	CST	15,47	16.092	13.935	11	-22
1.040	720	Ango Levante, S.L.	VLC	15,38	5.217	4.522	55	43
1.041	376	Decora Topic, S.L.U.	VLC	15,33	10.560	9.156	324	143
1.042	673	Transportes Casanova Lumberas S.L.U.	VLC	15,18	5.603	4.865	169	176
1.043	424	Casva Seguridad, S.L.U.	CST	15,01	9.375	8.152	76	159
1.044	245	Practical, S.L.	ALC	14,98	14.663	12.753	832	415
1.045	10	Grupo Alonso	VLC	14,80	432.477	376.728	13.315	2.823
1.046	115	Impursa, S.A.U.	ALC	14,73	27.295	23.790	832	-145
1.047	227	Termoformas de Levante, S.L.	ALC	14,48	15.537	13.573	270	743
1.048	287	Jose Manuel Valero, S.L.	ALC	14,39	13.287	11.616	723	225
1.049	171	Huevos Monterde, S.L.U.	VLC	14,29	19.466	17.031	611	518
1.050	146	Cobelsa, S.A.U.	CST	14,18	21.527	18.853	238	283
1.051	428	Leleman, S.L.	VLC	14,03	9.276	8.135	67	35
1.052	353	Frutas y Patatas de Levante, S.L.	VLC	13,99	11.131	9.765	81	53
1.053	520	Dormitienda, S.L.	VLC	13,98	7.653	6.714	213	175
1.054	643	Pescados y Mariscos Fresquet, S.R.L.	CST	13,86	5.888	5.171	37	38
1.055	601	Ferro-Coverlink, S.L.	CST	13,71	6.304	5.543	1.106	838
1.056	386	Amargos, S.L.U.	VLC	13,57	10.376	9.136	386	146
1.057	256	Eurovaloraciones, S.A.	ALC	13,44	14.431	12.722	2.409	2.076
1.058	370	Cohoca Cooperativa Valenciana de Benifaió	VLC	13,34	10.712	9.451	18	18
1.059	432	Urbana de Exteriores, S.L.	ALC	13,28	9.198	8.120	190	140
1.060	695	Comercial Orbel, S.A.	CST	13,17	5.414	4.784	57	64
1.061	716	Zanemi, S.L.	ALC	12,97	5.230	4.629	432	476
1.062	235	Cerámicas MYR, S.L.	CST	12,79	15.136	13.420	-3.823	99
1.063	237	Grupo Gibeller	ALC	12,77	15.008	13.308	266	-115
1.064	429	Lamidecor, S.L.U.	CST	12,62	9.248	8.212	212	27
1.065	183	Clear Pet, S.L.	VLC	12,52	18.746	16.660	-158	1.646
1.066	507	Romani Import-Export, S.L.	VLC	12,40	7.892	7.022	275	65
1.067	269	Marfruit Frutas y Hortalizas, S.L.	ALC	12,20	13.967	12.448	253	151
1.068	629	Tindale And Stanton Ltd. España, S.L.	ALC	12,03	5.960	5.320	68	55
1.069	107	Alcudia, Servicios y Obras, S.L.	ALC	11,98	28.840	25.753	624	633
1.070	11	UBE Corporation Europe, S.A.U.	CST	11,91	428.000	382.463	19.000	38.063
1.071	149	Mercury Cerámica, S.L.	CST	11,80	21.186	18.950	10	949
1.072	736	Comercial Prieto Cerdán, S.L.	ALC	11,67	5.076	4.545	23	20
1.073	458	Transportes Serret, S.L.	CST	11,39	8.568	7.692	540	325
1.074	204	Propelec, S.L.	VLC	11,23	16.841	15.141	722	902
1.075	186	Comercial Dialva, S.A.	VLC	11,08	17.957	16.166	531	73
1.076	178	Insca Trademark, S.L.	CST	11,00	19.028	17.143	1.769	1.797
1.077	164	Optimum Cuadrado, S.L.	VLC	10,97	19.873	17.909	21	66
1.078	190	Syrtrans Logística, S.A.	VLC	10,84	17.640	15.915	255	-548
1.079	510	Andreu Tops, S.L.	VLC	10,73	7.802	7.046	698	1.048
1.080	398	Instant Link, S.L.U.	VLC	10,66	10.018	9.054	318	376
1.081	19	Pavasal Empresa Constructora, S.A.	VLC	10,55	219.011	198.113	8.003	9.003
1.082	515	Jobellan, S.L.	ALC	10,50	7.738	7.003	4	4

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por: 

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
1.083	426	Puertas Álvarez, S.L.	CST	10,47	9.319	8.436	1.047	970
1.084	323	Dielba Electrodomésticos, S.L.	CST	10,31	12.047	10.921	178	163
1.085	221	Cartonajes Salinas, S.L.	ALC	10,12	15.812	14.359	503	215
1.086	285	Transportes Sanmartí, S.L.	CST	10,09	13.357	12.133	76	85
1.087	738	Carnes y Embutidos Domingo, S.L.	ALC	9,96	5.059	4.601	32	37
1.088	623	Laboratorios Q Pharma, S.L.U.	ALC	9,84	6.000	5.463	742	750
1.089	259	Antonio Marco, S.L.	ALC	9,81	14.287	13.011	152	398
1.090	209	Docks Logistics Spain, S.A.	VLC	9,74	16.501	15.037	3.299	1.402
1.091	261	Genera Cuatro, S.L.	VLC	9,68	14.168	12.918	-715	-146
1.092	4	Gedesco Finance, S.L.	VLC	9,62	676.951	617.536	5.086	4.161
1.093	239	Ceracasa, S.A.	CST	9,43	14.910	13.626	-678	2.503
1.094	46	Frost-Trol, S.A.	CST	9,34	67.290	61.540	5.300	6.974
1.095	587	Involucra, S.L.	ALC	9,31	6.562	6.003	233	162
1.096	123	Netafim Spain, S.L.U.	VLC	9,16	25.765	23.604	718	539
1.097	572	Informática Serrano Más, S.L.	ALC	9,04	6.876	6.306	262	249
1.098	3	Pamesa Grupo Empresarial	CST	9,00	704.102	645.955	32.382	29.898
1.099	100	Nuppec Logística, S.L.	CST	8,90	29.935	27.488	472	310
1.100	206	Instituto Bernabeu, S.L.	ALC	8,81	16.673	15.323	4.316	2.688
1.101	64	Boluda Towage Spain, S.L.U.	VLC	8,70	52.689	48.473	17.927	13.003
1.102	312	IVF Spain Alicante, S.L.U.	ALC	8,58	12.344	11.369	2.535	3.093
1.103	6	Grupo Importaco	VLC	8,51	584.561	538.724	22.400	22.457
1.104	61	Caixa Popular	VLC	8,50	55.910	51.530	11.000	9.300
1.105	168	Clariana, S.A.	CST	8,37	19.739	18.215	58	-538
1.106	383	Agriauto, S.L.	ALC	8,27	10.441	9.643	142	132
1.107	266	Reunión Industrial, S.L.U.	VLC	8,12	14.041	12.986	926	725
1.108	359	Vilmorin Ibérica, S.A.	ALC	8,04	10.932	10.119	592	395
1.109	196	Agrocamp Canet, S.L.	VLC	8,01	17.262	15.982	192	361
1.110	445	Distribuidora Mediterránea de Cefalópodos, S.L.	VLC	7,99	8.957	8.294	63	43
1.111	577	Escato Internacional Escenografía Corp., S.L.	VLC	7,92	6.805	6.306	94	135
1.112	275	Azimutel, S.A.	VLC	7,77	13.853	12.854	327	305
1.113	718	Solidq Global, S.A.	ALC	7,65	5.218	4.847	-634	70
1.114	7	Air Nostrum Líneas Aereas del Mediterráneo, S.A.	VLC	7,51	539.153	501.482	5.631	19.112
1.115	225	Transp. Inter. Eurotransfret, S.L.	ALC	7,42	15.597	14.519	191	257
1.116	324	Portmar Logística, S.L.	CST	7,31	12.035	11.215	449	349
1.117	2	Consum, S. Coop. V.	VLC	7,29	2.728.000	2.542.705	54.700	52.203
1.118	537	Embalpack Levante, S.L.	VLC	7,20	7.374	6.878	380	508
1.119	27	SAV Agricultores de La Vega de Valencia	VLC	7,16	124.271	115.963	7.413	8.280
1.120	697	Disvalsur, S.L.	ALC	7,06	5.408	5.051	25	33
1.121	177	Soluc. Avanz. del Agua, Serv. y Medioambiente, S.L.	VLC	7,01	19.085	17.834	1.278	4.927
1.122	482	Ismael Quesada, S.A.	ALC	6,99	8.219	7.682	282	278
1.123	277	Plásticos Ferrando, S.L.	VLC	6,94	13.815	12.919	705	79
1.124	306	Conducciones y Montajes Suroeste, S.L.	ALC	6,84	12.491	11.692	321	161
1.125	109	Gesnisa Sevilla, S.L.	VLC	6,72	28.724	26.915	1.824	1.609
1.126	486	Distribuciones Guillén, S.L.	ALC	6,58	8.172	7.667	66	32
1.127	405	Transports Internacionals R. Fuster, S.L.	ALC	6,51	9.950	9.342	110	104
1.128	182	Cartonajes Bañeres, S.A.	ALC	6,43	18.789	17.654	1.798	446
1.129	18	Grupo Ubesol	VLC	6,33	238.532	224.334	23.135	21.396
1.130	230	Röchling Plásticos Técnicos, S.A.U.	VLC	6,25	15.478	14.568	866	722
1.131	161	Celulosas y Tissues, S.L.	VLC	6,10	20.133	18.977	456	269
1.132	217	Valoración y Tratamiento Residuos Urbanos, S.A.	VLC	6,03	15.997	15.087	1.343	2.378
1.133	292	Amifruit, S.A.L.	VLC	5,99	12.960	12.228	34	27
1.134	205	Natucer, S.L.	CST	5,93	16.705	15.769	938	629
1.135	288	Servalesa, S.L.U.	VLC	5,88	13.182	12.450	2.282	3.125
1.136	499	Frutas Alejandro, S.L.	VLC	5,80	7.964	7.527	126	108
1.137	536	Energy Trader Solutions, S.L.	ALC	5,71	7.402	7.002	-119	77
1.138	479	La Industrial Levantina de Cafés Durban, S.L.	VLC	5,69	8.295	7.848	1.950	1.443
1.139	459	Congelados Pascual, S.A.	VLC	5,62	8.568	8.112	12	25
1.140	540	Eurosanex, S.L.	VLC	5,53	7.298	6.916	862	755
1.141	92	Profiltek Spain, S.A.	VLC	5,45	31.795	30.153	1.926	2.137

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.

Información facilitada por: **Infocif**

Nº por crecim.	Nº por CN	Razón Social	Prov.	Cifra de Negocios			Result. (Desp. impuestos)	
				% crecim. ventas 19/18	2019	2018	2019	2018
1.142	448	Pinturas Benicarlo, S.L.U.	CST	5,38	8.782	8.333	2.566	1.995
1.143	594	José Savall Ronda, S.A.	ALC	5,29	6.447	6.124	38	448
1.144	724	Indamat Gestión, S.L.	VLC	5,21	5.168	4.912	332	337
1.145	430	Becrisa 2011, S.L.	CST	5,17	9.242	8.788	884	984
1.146	213	Alternativa Comercial Farmacéutica, S.A.	VLC	5,07	16.422	15.630	1.119	1.158
1.147	118	Ibiplast, S.A.	ALC	4,97	26.800	25.530	1.486	791
1.148	1	Mercadona, S.A.	VLC	4,89	23.343.778	22.255.771	622.787	592.538
1.149	347	Fajovi, S.L.	ALC	4,84	11.298	10.776	343	315
1.150	295	Implantaciones de Sistemas de Gestión, S.L.	VLC	4,79	12.888	12.299	1.758	1.796
1.151	222	Eurocasa Suministros, S.L.U.	ALC	4,76	15.792	15.074	109	189
1.152	155	Decocer, S.A.	CST	4,74	20.637	19.703	1.751	1.494
1.153	89	Silomar Elaborados y Distribución, S.L.	VLC	4,72	32.234	30.780	1.595	1.414
1.154	384	Suministros Industriales Farell, S.A.U.	ALC	4,57	10.439	9.983	52	58
1.155	284	Mediterránea Productos Limpieza, S.R.L.	VLC	4,51	13.403	12.825	-629	-648
1.156	281	Polypres Mediterráneo, S.L.	VLC	4,48	13.588	13.005	697	685
1.157	360	Aglomera D'Alcoi, S.L.	ALC	4,42	10.884	10.424	199	297
1.158	361	Picobello Fruits, S.L.U.	VLC	4,38	10.881	10.425	48	35
1.159	94	Fomento Benicàssim, S.A.	CST	4,29	31.667	30.364	3.193	3.233
1.160	364	Aceros y Servicios Integrados, S.A.	VLC	4,21	10.811	10.374	71	63
1.161	93	Forés Diseño, S.L.	CST	4,16	31.703	30.436	4.958	4.040
1.162	442	Disfarsor Farmacéutica S.L.U.	VLC	4,09	9.049	8.693	9	32
1.163	152	Cinco Tenedores, S.L.	VLC	4,06	20.919	20.103	1.378	1.622
1.164	208	Gero Residenciales Solimar, S.L.	VLC	4,04	16.573	15.930	1.683	1.867
1.165	234	AD Levante Parts, S.L.	CST	3,99	15.238	14.653	1.014	1.406
1.166	195	Carnes Frescas S.A.	CST	3,95	17.280	16.624	839	763
1.167	548	Almiñana y Cerdá, S.L.	ALC	3,91	7.235	6.963	27	28
1.168	198	Balkanica Distral, S.L.	VLC	3,85	17.179	16.541	212	258
1.169	417	Sergio Siscar Export Import, S.L.U.	VLC	3,82	9.510	9.160	384	408
1.170	333	Autocares Costa Azul, S.L.	ALC	3,79	11.665	11.240	-131	279
1.171	255	Inden Pharma Packaging, S.L.U.	ALC	3,74	14.449	13.929	1.712	1.931
1.172	124	Thomas Cosmética de España, S.L.U.	VLC	3,72	25.637	24.717	491	21
1.173	127	Industrias Químicas IVM, S.A.	VLC	3,65	24.885	24.009	1.311	759
1.174	660	Hermanos García, Vicente García Jaen, S.L.U.	ALC	3,60	5.711	5.512	467	417
1.175	257	Congelados Sempere y Fuentes, S.L.	ALC	3,53	14.380	13.889	128	96
1.176	212	Cottocer, S.L.U.	CST	3,49	16.422	15.867	584	386
1.177	392	Dulmont Productos de Obrador, S.L.	VLC	3,43	10.186	9.849	355	311
1.178	264	Marco y Sánchez Transportes Urbanos, S.A.	ALC	3,32	14.077	13.625	815	522
1.179	530	Ferrometal Perfiles, S.A.	VLC	3,23	7.489	7.255	98	145
1.180	453	Autos Mediterráneo, S.A.	CST	3,18	8.696	8.428	995	1.048
1.181	680	Diésel Parts, S.A.	VLC	3,10	5.558	5.391	144	124
1.182	81	Cerámicas Belcaire, S.A.	CST	3,06	35.629	34.570	-748	-861
1.183	366	Tancuir Química, S.L.	VLC	3,01	10.750	10.437	471	444
1.184	358	Primo Mendoza, S.L.	VLC	2,99	10.955	10.637	138	315
1.185	579	Eurespa	VLC	2,93	6.738	6.546	109	83
1.186	184	Abordo Central de Compras, S.L.	VLC	2,85	18.359	17.850	291	324
1.187	394	Adolfo Pérez López, S.L.	ALC	2,83	10.125	9.847	625	576
1.188	260	Industrias Francisco Guillem, S.L.	ALC	2,75	14.199	13.820	-678	193
1.189	725	Poalqi, S.L.	VLC	2,64	5.162	5.029	574	539
1.190	490	Transportes Belda, S.A.	CST	2,59	8.136	7.930	885	546
1.191	739	Codipan, S.L.	ALC	2,54	5.046	4.921	51	31
1.192	226	Remolcadores de Cartagena, S.A.	VLC	2,52	15.566	15.183	2.654	2.384
1.193	351	ITV de Levante, S.A.	VLC	2,47	11.243	10.972	801	1.157
1.194	329	Maderas José María Ferrero, S.L.	VLC	2,45	11.812	11.529	604	602
1.195	480	Transnaba Orihuela, S.L.	ALC	2,40	8.270	8.076	179	65
1.196	390	Fartons Polo, S.L.	VLC	2,37	10.226	9.989	549	469
1.197	271	Transrocamar, S.L.	VLC	2,30	13.921	13.609	482	644
1.198	372	Desguace Cortés, S.L.	VLC	2,26	10.624	10.389	1.412	1.774
1.199	648	Contrachapados Carlet, S.L.	VLC	2,18	5.813	5.689	12	22
1.200	130	Aljuan, S.L.	ALC	2,13	24.557	24.046	935	862

Cifras expresadas en miles de euros. / (*) Datos facilitados por la empresa. / (**) Grupo consolidado.