

Castilla y León Empresas

ABC

JUEVES, 24 DE FEBRERO DE 2011
ABC.ES
NÚMERO 98

Iberaval financiará hasta 60.000 euros
por operación con «CrediEmprende»



**La automoción
se recarga**



Premio
Mariano de Cavia.



Premio
Luca
de Tena.



Premio Mingote.

EL ABC DE LOS PREMIOS DE PERIODISMO.

UN AÑO MÁS, ABC CONVOCA SUS TRES PRESTIGIOSOS PREMIOS.

- ▶ **PREMIO MARIANO DE CAVIA:** PARA ARTÍCULOS O CRÓNICAS CON FIRMA O SEUDÓNIMO HABITUAL. INSTITUIDO EN 1920.
- ▶ **PREMIO LUCA DE TENA:** PARA TRAYECTORIAS PERIODÍSTICAS SOBRESALIENTES EN LA DEFENSA DE LOS VALORES QUE INSPIRAN LOS PRINCIPIOS FUNDACIONALES DE ABC: INNOVACIÓN TÉCNICA, EXIGENCIA LITERARIA E INDEPENDENCIA INFORMATIVA. INSTITUIDO EN 1929.
- ▶ **PREMIO MINGOTE:** SE CONCEDE ALTERNATIVAMENTE A CHISTES, CARICATURAS O DIBUJOS Y FOTOGRAFÍA. EN ESTA EDICIÓN, POR HABER SIDO PREMIADA UNA FOTOGRAFÍA EN LA ANTERIOR, SE CONVOCA EXCLUSIVAMENTE PARA CHISTES, CARICATURAS O DIBUJOS. INSTITUIDO EN 1966.

CADA UNO DE LOS PREMIOS ESTARÁ DOTADO CON DIEZ MIL EUROS.

- ▶ **PRESENTACIÓN DE TRABAJOS.** Los trabajos presentados a los Premios Mariano de Cavia y Mingote deberán haber sido publicados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2010, ambos inclusive, en idioma español. De los trabajos, uno o dos por autor para los premios Mariano de Cavia y Mingote, se enviará original y cinco copias, por correo postal al Director de ABC (Juan Ignacio Luca de Tena, 7. 28027 Madrid) o la página escaneada del medio en que se publicó, por correo electrónico a la dirección premiosperiodismo@abc.es. Todos los participantes deberán unir a los trabajos presentados una hoja en la que conste nombre y apellido, domicilio, teléfono, correo electrónico, nombre del trabajo, medio y fecha de publicación. Las candidaturas al Premio Luca de Tena podrán ser presentadas, mediante propuesta razonada, por cualquier medio de comunicación, academia, centro cultural, institución o personalidad, o por el propio interesado, enviándola por correo certificado o por mail a las direcciones arriba indicadas. El plazo de presentación se cerrará el 30 de abril de 2011.
- ▶ **JURADO.** Procederá al examen y calificación de las obras y candidaturas presentadas, atendiendo a su calidad periodística y a la oportunidad y tratamiento del tema, así como a sus bondades literarias en los trabajos presentados al Premio Mariano de Cavia; a su calidad artística en los que opten al Premio Mingote; y a la acreditación de los méritos en las propuestas para el Premio Luca de Tena.
- ▶ **CONDICIONES.** Los trabajos premiados podrán ser reproducidos por ABC bien entendido que esto no implicará ni exigirá la cesión o limitación de los derechos de propiedad sobre las obras al periódico.

Madrid, enero de 2011.

ABC
— www.abc.es —

PROBLEMAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Muchas empresas saben ahora que iniciar un proceso de internacionalización ya no es un lujo, o una actividad que hay que mirar para dentro de mucho tiempo. Se ha convertido en una necesidad para poder mantener el negocio. La gran banca, las grandes empresas de cualquier sector, cada vez facturan más fuera de España que en nuestro país. Las empresas de la Comunidad presentan peculiaridades para iniciar este proceso. En primer lugar, se lo plantean cuando se ha alcanzado un volumen de cierta importancia y se ha emprendido la diversificación de los productos y de los servicios. Es decir, se ha probado que se tiene capacidad para hacer algo diferente a lo que se está haciendo. Pero, en segundo lugar, se comienza tarde, se realiza el proceso lentamente y se orienta a mercados con los que existe una menor distan-

cia psíquica, quizá por la barrera del idioma y por la afinidad cultural.

¿Por qué se dan estas peculiaridades en las empresas a la hora de plantearse salir y establecerse en otros ámbitos geográficos? La respuesta puede ser que los procesos de internacionalización suponen grandes cambios y muchas empresas no están dispuestas a moverse e introducirse en nuevos mercados, asumir nuevos riesgos, complicar la estructura, etc. etc. Por otro lado, también existen «barreras mentales»: la llamada distancia psicológica que se concreta en que hay que asumir y convivir con diferencias culturales, aprender nuevos idiomas para comunicarse, cambiar la oferta de los productos o de los servicios, plantear nuevos enfoques para asentar la empresa, asimilar nuevas ideas que se generan en el lugar de destino.... Pero también existen barreras desde el

**SALVADOR
RUS RUFINO**



«Muchas empresas no están dispuestas a moverse e introducirse en nuevos mercados»

punto de vista empresarial. Nuevos mercados y nuevos negocios que generan incertidumbres, necesidad de iniciar y mantener nuevas relaciones, reorganizar la organización o incluso montar una nueva estructura en el nuevo país, es decir, inversiones que no se sabe cuándo rendirán.

Pero también el proceso genera en las organizaciones una nueva dinámica muy positiva. Se pueden probar y desarrollar nuevos liderazgos, porque internacionalizar exige delegar y se formará un nuevo tipo de profesional capaz de trabajar fuera, adaptarse a nuevos entornos, que hable diferentes idiomas y que comprenda a otras culturas.

En suma, como se ha dicho antes, en las circunstancias actuales la internacionalización es una necesidad que servirá para mantener y engrandecer, si se hace bien, a la empresa.



El comercio resiste

Por segundo año consecutivo, Castilla y León es la Comunidad que presenta mejores datos en el capítulo minorista a pesar de la crisis

17



Aeronáutica

Aciturri prevé multiplicar por tres su facturación en 2018

10



Tecnología

Indra implanta un sistema pionero en la Policía de León

Automóvil, ¡a la carga!

Castilla y León será la plataforma de lanzamiento del vehículo eléctrico, un nuevo concepto de movilidad que está revolucionando este sector

POR JULIA GUTIÉRREZ
VALLADOLID

Supondrá una auténtica revolución en el mundo automovilístico y Castilla y León será su plataforma de lanzamiento. El cambio está aquí y este será su año: lejos de irrumpir en el mercado con ruidos de motores y quemando combustible, el vehículo eléctrico se deslizará silencioso por las calles y cargará su batería con la misma facilidad que cualquier teléfono móvil.

Con el prototipo ecológico Twizy, Renault abrió la puerta a la fabricación en serie de este nuevo concepto de movilidad, un proyecto para el que ha elegido la planta de Valladolid. Otras marcas ya están siguiendo su ejemplo. Es el caso de Nissan, que acaba de sumarse a la promoción del vehículo eléctrico en la Comunidad. Hace tan sólo unos días firmó un convenio de colaboración con la Junta y presentó su modelo «Leaf», cien por cien eléctrico, que fabrica en Japón y que el próximo mes de septiembre estará en el mercado español.

El sector de la automoción ya está en marcha y para que no falten piezas en este engranaje la Administración ha hecho lo propio. Antes de finalizar 2010, el vicepresidente segundo y consejero de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León, Tomás Villanueva, dio a conocer la Estrategia Regional del Vehículo Eléctrico con horizonte 2011-2015.

Para este periodo se ha estimado una inversión inducida de unos 82,3 millones de euros, con una aportación del Gobierno regional de 18,1 millones en este plazo de tiempo. Un presupuesto que todavía no es definitivo, dado que dependerá de la evolución de los tres ejes fundamentales de esta estrategia, que arranca con la industrialización y desarrollo tecnológico, así como con la adaptación de las infraestructuras y el mercado. A ello se sumará la creación de un cluster de movilidad eléctrica del que for-

marán parte firmas del sector y afines, siempre con la finalidad de colocar a esta Comunidad en una posición de liderazgo nacional, ya que por algo será la primera región española que producirá a gran escala este tipo de vehículos.

No obstante, durante la presentación del documento Villanueva advirtió que las medidas que se han incluido «son la mitad del total», ya que el resto «se implementarán de forma condicionada» a las aportaciones presupuestarias del Gobierno central este próximo lustro. En este sentido, sostuvo que tanto España como Castilla y León necesitan diversificar la energía, a lo cual contribuirá esta Estrategia, ya que en términos consolidados medios, la actividad de la automoción representa el 15 por ciento del Valor Añadido Bruto de la región y el 25 del PIB industrial, con 35.000 personas empleadas.

A finales de enero, representantes de la Junta y de Renault presentaron la Estrategia Regional del Vehículo Eléctrico en el Comité de las Regiones en el seno de la UE. Dado que acudieron responsables del Banco Europeo de Inversiones (BEI), la jornada se convirtió en una «oportunidad» para «buscar financiación» de cara a poner en marcha las infraestructuras necesarias, en palabras del director general de Industria del Gobierno regional, Carlos Martín Tobalina.

15.000 coches «verdes»

Dentro de cinco años, Castilla y León contará con un parque de 15.000 coches «verdes» y dispondrá de una red regional de infraestructuras de recarga estimada de 300 puntos en la vía

Liderazgo

La Comunidad será la primera de España que producirá en serie estos coches, lo que supondrá 82,3 millones de inversión



Dentro de cinco años, la red regional de infraestructuras de recarga llegará a los 300 puntos

pública, 600 en aparcamientos de uso público (tanto gestionados por administraciones como por empresas privadas) y 3.000 puntos de recarga en domicilios particulares. Para hacerlo efectivo, la Junta pondrá en marcha una línea de subvenciones con la idea de incentivar su instalación, que podría situarse en torno al 30 o el 40 por ciento de la inversión total. El objetivo es tener, al menos, un grado mínimo de afectación de estas infraestructuras en 20 municipios de la Comunidad, aunque el Gobierno regional se muestra abierto a extenderlo a más poblaciones, tal y como adelantó Tomás Villanueva.

Los efectos de la implantación de la Estrategia alcanzan para mucho más, según el consejero, quien afirma que en el año 2050 se prevé que el parque mundial llegue a los 2.500 millones de vehículos, frente a los 800 millones actuales. Un aumento que irá acompañado de una «creciente escasez y carestía de los recursos energéticos», por lo que «debe darse un giro tecnológico para garantizar la sostenibilidad de la movilidad a largo plazo», destacó Villanueva, que también subrayó que la Comunidad se



La Junta pondrá impulsará subvenciones para la instalación de puntos de recarga



00 puntos en la vía pública

F. HERAS

Competitividad

«El parque de proveedores aglutinará a las principales empresas del sector, lo que ayudará a reducir costes», según Tomás Villanueva

convertirá en la primera región ibérica que electrificará e industrializará de forma masiva un vehículo a partir del año 2011.

Las perspectivas son positivas desde cualquier punto de vista. En opinión del director general de Renault en España, Armando García, la «apuesta clara» de la compañía por el coche eléctrico en el futuro supondrá que alrededor del 10 por ciento de la flota automovilística será de este tipo en el año 2020, cifra que se incrementará «mucho más» en 2030. El directivo de la firma del rombo afirma que «queremos demostrar que somos una marca que se preocupa por el futuro, por la ecología, y que queremos tener un mundo mucho mejor». Sobre la fabricación de los vehículos «verdes», recordó que la multinacional está invirtiendo 4.000 millones de euros y que cuenta con más de 2.000 trabajadores dedicados a este proyecto.


El parque, en 2012

A finales de año, el consejero de Economía anunció que el parque de proveedores de Renault en Valladolid estará terminado en junio de 2012. Se ubicará en una parcela de 10 hectáreas situada junto a la planta de la compañía, donde se instalarán las empresas vinculadas con el sector que han comprometido su emplazamiento. Para ello, la Junta está trabajando con el Ayuntamiento de esta capital, ya que los terrenos tendrán un uso industrial. El parque de persigue incrementar la competitividad de las plantas de Renault en la región y, por lo tanto, reducir costes, ya que aglutinará a la mayor parte de sus proveedores en las inmediaciones de la factoría vallisoletana, donde se producirán los coches eléctricos, afirmó Villanueva. De forma paralela, la Junta está trabajando con los fabricantes y las compañías eléctricas para instalar puntos de recarga y ayudar para que el mercado adquiera este «novedoso» producto, dijo.

Por otro lado, el Gobierno regional también estudia la creación de un centro de investigación de componentes vinculado al polo sobre el vehículo eléctrico que se pondrá en marcha en la Comunidad en colaboración con Renault. Así lo comunicó la viceconsejera de Economía de la Junta y presidenta del Consejo de Administración de ADE Parques Tecnológicos y Empresariales de Castilla y León, Begoña Hernández, durante su comparecencia ante la Comisión de Hacienda de las Cortes autonómicas para explicar el proyecto de Ley de Presupuestos Generales para 2011 de esta empresa pública.

Para incentivar las instalaciones

F. H.



Estrategia para el impulso del vehículo eléctrico en Castilla y León (2011-2015)

El conjunto de acciones a desarrollar en el marco de la Estrategia para el impulso del vehículo eléctrico en Castilla y León alcanzará una inversión directa de la Junta de Castilla y León estimada en 18 millones de euros, que podrían generar una inversión inducida de 82 millones de euros.

Objetivos de la estrategia para el impulso del vehículo eléctrico

- Impulsar el crecimiento y futuro del sector automoción en la Comunidad.
- Alcanzar un parque de 15.000 vehículos eléctricos en el año 2015.
- Desarrollar una infraestructura de puntos de recarga energética entre los años 2011 y 2015 de al menos 300 puntos en la vía pública, 3.000 puntos en domicilios particulares y 600 en parkings públicos.
- Las infraestructuras de recarga han de llegar a 20 municipios de la Comunidad.
- Lograr una adaptación legislativa necesaria para la implementación de las infraestructuras de recarga en el entorno urbano.
- Desarrollar un Polo Eléctrico con avances tecnológicos e industriales afines al sector del vehículo eléctrico para facilitar la asignación de proyectos industriales de VE a constructores implantados en la Comunidad.
- Fomentar la interrelación de distintas actividades económicas estratégicas de Castilla y León en torno al vehículo eléctrico.
- Diversificar el ámbito de actividad del sector de automoción.
- Contribuir a la mejora del medio ambiente reforzando la apuesta por las energías renovables.

Medidas de la estrategia

Área de industrialización y desarrollo tecnológico

- Creación de un polo empresarial para el impulso del sector industrial de la movilidad eléctrica:
- Ayudas a proyectos empresariales:
 - A. Innovación
 - B. Inversión
- Desarrollo de soluciones TICS regionales en el sector de la movilidad eléctrica.
- Adaptación de las capacidades de los recursos humanos.

Área de infraestructuras

- Apoyo a la implantación de puntos de recarga en municipios.
- Ayudas para el despliegue de las instalaciones eléctricas necesarias para el soporte de la infraestructura vinculada
 - A. Ubicaciones particulares
 - B. Empresas / Entidades
- Elaboración de una guía regional de apoyo para la adaptación urbana a las infraestructuras de recargas de vehículos eléctricos.
- Creación de una red de municipios regionales.

Área de mercado

- Fomento de la demanda: Ayuda a la compra de vehículos eléctricos.
- Proyectos de movilidad compartida (Car sharing).
- Salón del vehículo y combustible alternativos.
- Programa de difusión sobre los vehículos eléctricos.

Cluster y cooperación

- Constitución de un cluster de movilidad eléctrica

FUENTE: Junta de Castilla y León ICAL

Comercialización masiva y bajada de precios desde 2015

El parque español de vehículos eléctricos experimentará un progresivo desarrollo en los próximos años gracias al lanzamiento de nuevos modelos por parte de las principales marcas, de forma que alcanzará las 50.000 unidades en 2014, según un informe de la consultora

DBK. Este mismo estudio señala que en 2010 se comercializaron 400 coches eléctricos, la mayor parte de ellos acogidos a las subvenciones del Plan Movele, por lo que puede considerarse que este tipo de automóviles están en «fase de introducción». DBK pronostica que desde 2015 se iniciará una comercialización masiva, con lo que el parque se disparará hasta 600.000 unidades en el año 2020, progresión que se verá favorecida por una reducción de los precios.

Nissan se «mueve» con criterios de sostenibilidad en la promoción regional

La marca ha suscrito un convenio con la Junta para favorecer la adaptación del concepto de movilidad eléctrica

ABC
VALLADOLID

Nissan ha firmado un convenio de colaboración con la Junta de Castilla y León mediante el cual ambas partes se comprometen a favorecer de forma conjunta la adaptación del concepto de movilidad eléctrica y sostenible a través de acciones de difusión y pruebas. De hecho, la compañía presentó su modelo «Leaf» hace unos días en Valladolid. Cien por cien eléctrico, este coche se fabrica en Japón y en el mes de septiembre estará en el mercado español, tal y como explicó el consejero director general de Nissan Iberia, Manuel de la Guardia.

En su opinión, la movilidad de cero emisiones de CO2 será el «triunfo de la revolución silenciosa» porque el futuro de la automoción pasa necesariamente por esta opción, en la que destacó el papel fundamental de la industria para obtener unos vehículos que no «renuncien a nada». Además, subrayó la importancia de la alianza con Renault en la consecución de este objetivo.

Así lo explicó después de suscribir el acuerdo con el vicepresidente segundo de la Junta y consejero de Economía y Empleo, Tomás Villanueva, en el Ayuntamiento de Valladolid, en un acto en el que estuvo presente el alcalde de la ciudad, Francisco Javier León de la Riva. Por su parte, el consejero de Economía hizo hincapié en la importancia de promover el vehículo eléctrico con el «constructor líder mundial», lo que pone de manifiesto, una vez más, la apuesta de la Junta de Castilla y León por la movilidad eléctrica en un momento en el que la empresa Renault «se prepara para producir en serie por primera vez en España un vehículo eléctrico».

Además, explicó que el actual es un momento de «tránsito» y aseguró que cuando comience la comercialización de este tipo de vehículos ya estarán instalados puntos de recarga, en concreto, 30 en Valladolid y diez en Palencia, aunque recordó que la

implantación de esta infraestructura está pendiente de una decisión de la Unión Europea para la homologación de los enchufes.

El protocolo incluye medidas de apoyo a la creación de la infraestructura de recarga prevista en la Estrategia Integral Regional del Vehículo Eléctrico, así como la colaboración en la confección de estudios y experiencias piloto para el mercado regional. También contempla acciones de identificación de colectivos de flotas interesados en la utilización de coche eléctrico, como un primer paso para la introducción de este segmento en el ámbito profesional.

En cuanto a las ayudas para la compra de estos vehículos, Tomás Villanueva aseguró que la Junta está trabajando en estos momentos en la materia, y recordó que el Gobierno regional ya tiene un acuerdo con Iberdrola para la instalación de los puntos de recarga en los edificios públicos, entre ellos, centros sanitarios y educativos, informa Ical.

PUNTOS DE RECARGA

Iberdrola echa un cable para implantar los coches verdes

J. G.
VALLADOLID

Iberdrola jugará un papel clave en la implantación de la movilidad eléctrica en Castilla y León. La compañía ha suscrito un convenio de colaboración con la Junta y el Ente Regional de Energía (Eren), así como con los ayuntamientos de Valladolid y Palencia. El objetivo pasa por instalar un total de 40 puntos de carga, de los que 30 estarán en Valladolid y los otros 10 en Palencia.

El desarrollo experimental de esta red no sólo permitirá la carga de las baterías de los vehículos, sino tam-



El modelo «Leaf» de Nissan se fabrica en Japón

F.BLANCO

bién ensayar soluciones en los aspectos de control inteligente de la gestión de carga y el cobro de la energía obtenida en este proceso.

Para experimentar y detectar hábitos de los futuros consumidores, las estaciones se colocarán tanto en lugares públicos como en empresas u otras entidades y edificios de viviendas. Además, con la idea de mentalizar a los ciudadanos sobre las ventajas de usar vehículos eléctricos, los firmantes del acuerdo incorporarán este tipo de automóviles a sus flotas.

El proyecto dará continuidad al protocolo firmado por la Junta de Cas-

tilla y León el pasado mes de junio, por el cual se está dotando de puntos de recarga a 60 edificios del Gobierno autonómico. El presupuesto para la ejecución de este plan piloto será de 276.000 euros. Este importe se gestiona a través de la Estrategia de Eficiencia Energética de España, que aportará 82.000 euros, mientras que el resto procederá de las otras cuatro partes implicadas: Eren (76.000 euros), Ayuntamiento de Palencia (18.750 euros), Ayuntamiento de Valladolid (56.250 euros) e Iberdrola (43.000 euros).

Entre 2008 y 2010, Iberdrola ha invertido un total de 90 millones de euros en distintos proyectos de I+D de Castilla y León, en línea con el compromiso estratégico adquirido por la compañía en materias de innovación, energías limpias y desarrollo sostenible.

El Twizy, un gran reserva

Renault ha recibido ya hasta 7.000 solicitudes de particulares para adquirir sus nuevos modelos de coches con «cero por ciento de emisiones»

J. G.
VALLADOLID

Todavía no han salido a la calle, pero ya tienen posibles dueños en nómina. Hasta el momento, Renault ha recibido «entre 6.000 y 7.000 prereservas» de particulares para adquirir sus nuevos modelos de coche eléctrico. La mitad de estas peticiones corresponden al Twizy, mientras que «otras 7.000» han sido para «flotas de empresas», tales como servicios de correos, procedentes sobre todo de «Alemania, Gran Bretaña y Francia», según constató un alto ejecutivo de la compañía durante el turno de preguntas posterior a la presentación en París del plan estratégico de la empresa hasta 2016.

El presidente-director general de Renault, Carlos Ghosn, recaló que, más allá de una simple operación de «imagen», el coche eléctrico será una «apuesta ganadora» de la firma automovilística francesa y que tendrá «un gran futuro». En este sentido, agregó que «no hay duda de que los coches eléctricos de Renault y Nissan serán rentables, muy rentables, para la compañía», dijo el ejecutivo, quien fue incluso más allá al señalar, ante varias decenas de periodistas internacionales, que los nuevos utilitarios eléctricos de Renault (uno de los cuales, el Twizy, se fabricará exclusivamente en Valladolid) serán «los más rentables de la gama».

Frente a los que han tachado a la multinacional de «demasiado optimista» por la firmeza de su apuesta, según recordó a Ghosn un periodista alemán, el presidente-director general de Renault señaló que «alguien tenía que empezar a innovar» y que al coche eléctrico le avalan tanto la progresiva «reducción del consumo de petróleo» como la tendencia de los clientes a decantarse por modelos más ecológicos, con «cero por ciento de emisiones» contaminantes.

El alto ejecutivo también recaló que «las regulaciones mundiales» van «en esa dirección» y que «los gobiernos» de gigantes económicos, «como Japón o Estados Unidos», ya han mostrado su «compromiso» con el coche eléctrico. «El sueño de las industrias automovilísticas se puede hacer realidad ahora», añadió Ghosn, porque «la tecnología actual» permite la fabricación de baterías de alto

rendimiento y larga duración que «hace años» eran impensables.

Así, Carlos Ghosn constató que el ritmo de salida de las unidades de es-

tos nuevos modelos estará «determinado» precisamente por el «número de baterías» que Renault sea capaz «de fabricar».

Expansión fuera de Europa

Durante el turno de preguntas, el presidente-director general de la firma del rombo también trató de forma muy extensa los planes de expansión de la compañía en los mercados de fuera de Europa. Renault «liderará» la penetración en «Rusia, Brasil, India y el norte de África», mientras que su socio Nissan será la avanzada en «Oriente Medio y China». Sobre

esto, Ghosn indicó que «eso no quiere decir que Renault no tenga futuro en China, que será el principal mercado del mundo, sino que llegará allí cuando esté posicionado en India y Brasil», aclaró.

Aunque en ningún momento se refirió al futuro concreto de las fábricas de Renault emplazadas en España, Ghosn sí que habló, en respuesta a un periodista francés, sobre las ubicadas en territorio galo, que tienen su futuro asegurado para «los próximos seis años». «No vamos a cerrar ninguna fábrica en Francia», añadió, para luego precisar que, de hecho, «se incrementará la capacidad de producción» para satisfacer la demanda de sus socios. «En los próximos seis años, no habrá problemas en Francia», repitió.

Valladolid «se enchufa» a 30 estaciones

Las primeras 30 estaciones de recarga de coche eléctrico de Valladolid y las diez de Palencia estarán instaladas «a finales de marzo o principios de abril». Así lo anunció hace unos días el director general de Energía y Minas de la Junta de Castilla y León, Ricardo González Mantero. Esta «experiencia piloto» de ambas ciudades -auspiciada por la Junta, Iberdrola y los ayuntamientos- se ampliará con el tiempo a 300 puntos de recarga

en vía pública, 600 en aparcamientos y más de 3.000 en hogares de toda la Comunidad, añadió. González Mantero, acompañado por el alcalde de Valladolid, Francisco Javier León de la Riva, y el director de Innovación, Medio Ambiente y Calidad de Iberdrola, Agustín Delgado, inauguró la primera estación de recarga de Valladolid, ubicada en la esquina del paseo de Zorrilla con la calle de Vega Sicilia. Para facilitar la implantación de este

sistema entre los particulares, la Junta y el Gobierno de España, a través del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), financiarán con hasta 200 euros las instalaciones de bases de carga domésticas, cuyo coste se sitúa en torno a los 700 euros, informó González Mantero, para quien la alternativa del coche eléctrico supondrá una ventaja para España, un país con «un problema importante de autoabastecimiento energético». Estas ayudas también financiarán con hasta 7.000 euros la compra de un vehículo eléctrico.



Renault apuesta por el coche eléctrico como una «apuesta de futuro»

PREMIOS

Tombú 2009, el mejor rosado para los periodistas y escritores

J. G.
VALLADOLID

El vino Tombú 2009, un rosado monovarietal de la uva Prieto Picudo, ha sido premiado por la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino en su selección anual de los Mejores Vinos y Espirituosos de España 2010. Esta institución, que engloba a influyentes profesionales de la prensa especializada, ha elegido de entre las 393 marcas propuestas, una muestra representativa de los caldos más destacados del panorama español.

El producto que elabora la bodega leonesa Dominio DosTares ha entrado a formar parte del cuadro de honor de los tres mejores rosados elegidos por la asociación este año. Fabricado a partir de la variedad Prieto Picudo, Tombú 2009 destaca por sus aromas limpios e intensos a frutas rojas frescas y por la amplitud y calidez de su paso por boca, dejando un elegante posgusto.

El próximo 25 de marzo tendrá lugar la ceremonia de entrega de premios en el Monasterio de San Clodio, en la localidad orensana de San Clodio-Leiro. A la cena de gala acudirá la presidenta de la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino, María Isabel Mijares, acompañada de la Junta Directiva Nacional.

De igual forma, han confirmado su presencia diferentes miembros del Comité Ejecutivo de la Federación Internacional de Periodistas y Escritores del Vino (Fijev), así como el presidente de la Real Academia Española de Gastronomía, Rafael Ansón y el crítico vitivinícola José Peñín.

Este nuevo reconocimiento al Tombú 2009 se une a los ya recibidos por este vino en certámenes como la Nariz de Oro 2010 o los Mejores Vinos Españoles para Asia 2010. Los vinos de Prieto Picudo de Dominio Dostares son fiel reflejo del «savoir-faire» heredado de la bodega matriz, Dominio de Tares, que ya goza de amplio reconocimiento dentro y fuera del marco nacional.

La peculiar variedad leonesa da lugar a grandes caldos de alta expresión, con una rica carga de fruta y polifenoles, equilibrada personalidad, múltiples matices y especialmente adecuados para la crianza.

La bodega prevé alcanzar en los próximos años una producción de 300.000 botellas, amparadas por la indicación de origen Vinos de la Tierra de Castilla y León.

Matarromera: el «gigante» del vino da un salto a China y USA

Con el apoyo de sus dos primeras filiales en el exterior, la empresa pretende triplicar sus ventas en 2015

POR JULIA GUTIÉRREZ
VALLADOLID

Con ganas de crecer y crecer, la filosofía de Grupo Matarromera no sufre el síndrome de Peter Pan, sino todo lo contrario: prefiere convertirse en un gigante vitivinícola que pueda dar un salto y llegar a Asia. O entrar en América con tan sólo una zancada. Cuentos chinos aparte, lo que ya es una realidad son sus dos primeras filiales en el mercado internacional, con sede en Shanghai (China) y Nueva York (USA). Un gran paso en materia de internacionalización con el que la empresa aspira a elevar sus ventas hasta llegar a los 47,8 millones de euros al cerrar el ejercicio 2015, tres veces más que la cifra actual.

Si bien la sede en Nueva York se inauguró a finales de diciembre, ha sido este mismo mes cuando ha comenzado a funcionar. «En su primer año podría facturar alrededor de 2,5 millones de euros», según el presidente de Matarromera, Carlos Moro. Respecto a Shanghai, la cantidad previs-

ta es de 1,7 millones de euros en 2011. Aquí, su objetivo prioritario pasa por canalizar la venta, comercialización y distribución de todas las referencias de la firma, con especial énfasis en las ciudades más pobladas. La meta no es otra que posicionarse como el grupo bodeguero español de mayor implantación en el país oriental en los próximos cinco años. En términos generales, las ventas de la compañía en 2010 rozaron los 14 millones de euros, lo que significa un 27,4 por ciento más que el ejercicio anterior.

El incremento más notable llegará en el ejercicio 2011, para el que se espera que la cifra alcance los 24,17 millones de euros. Más que significativo, este 76,8 por ciento de aumento

Sin alcohol
La nueva planta de deconstrucción molecular que la firma está construyendo en Valbuena será la mayor del mundo

vendrá dado no sólo por la fuerte apuesta en el exterior, sino que también estará motivada por el aumento de la capacidad para exportar uno de los productos estrellas de Matarromera, el vino sin alcohol que este año ha empezado a comercializarse en el área de refrescos de las grandes superficies con el nombre de EminaZero.

Esta iniciativa se materializará gracias a la nueva planta de deconstrucción molecular, la mayor del mundo, que la empresa está construyendo en el municipio vallisoletano de Valbuena de Duero y permitirá multiplicar por diez la producción.

Más productos

También contribuirá a este despegue la introducción de otros productos como aceite virgen extra (Emina Picual y Emina Arbequina), vinos fortificados o de licor (Emina Oxtó) y cosmética de alta gama (Esdor Cosméticos). En este apartado, Matarromera cuenta con la primera línea española de alta gama basada en polifenoles de la uva y cuya composición es el resultado de su formulación propia, Eminol.

Presente ya en 50 países, el plan estratégico de Grupo Matarromera 2011-2015 prevé llegar a un total de 80 destinos, para lo cual desarrollará una implantación estructural propia en grandes mercados. En 2015 se espera que el vino sin alcohol suponga el 40 por ciento de la cifra de negocio.



El modelo de negocio de la firma bodeguera apuesta por la internacionalización

F. HERAS



El presidente de la Fundación Grupo Norte, Javier Ojeda (a la derecha) durante la firma del convenio con el Banco de Alimentos de Valladolid

ABC

Ayudas con rumbo Norte

La Fundación Grupo Norte presta atención y asistencia a cerca de 27.000 personas en riesgo de exclusión social

J. GUTIÉRREZ
VALLADOLID

Cerca de 27.000 personas abocadas de un modo u otro a la exclusión social, reciben atención y asistencia gracias a las actuaciones de la Fundación Grupo Norte: una entidad sin ánimo de lucro que las distintas compañías mercantiles pertenecientes a la empresa de este mismo nombre crearon hace una década.

De muy distintos perfiles, los usuarios pertenecen a grupos sociales específicos, frecuentemente marginados, que necesitan ayudas asistenciales, de promoción, capacitación o integración. Es el caso de personas con discapacidad, de la tercera edad, menores con problemas o mujeres víctimas de violencia de género, principalmente.

Dado el impacto que la crisis económica está causando en términos de empleo, la Fundación Grupo Norte

está ejerciendo ahora más que nunca una de sus funciones. Así, selecciona a quienes se encuentran en situaciones más desfavorecidas, se encarga de impartir formación adecuada a las distintas líneas de negocio del Grupo que preside José Rolando Álvarez.

Posteriormente, estos alumnos se pondrán a disposición de sus empresas de limpieza, seguridad y vigilancia o gestión de archivo. De esta forma, en el momento de ampliar la plantilla, serán prioritarios los candidatos que proceden de la Fundación. Otra de las funciones de esta entidad tiene que ver con los patrocinios, que

Desempleados
La Fundación imparte formación adecuada a las distintas líneas de negocio del Grupo para integrar en su plantilla a los alumnos

a su vez se dividen en tres campos de actuación: Asistencia Social, Educación e Investigación y Deporte y Discapacidad.

En relación con el primero de ellos, la Fundación presta ayuda al Banco de Alimentos de Valladolid desde hace seis años.

Así, desde Asistencia Social se gestionan las donaciones de alimentos procedentes de personas físicas y entidades públicas y privadas con la finalidad de canalizarlas hacia entidades sin ánimo de lucro que atienden a los sectores de población con más necesidades.

Fondos para Bolivia

Respecto a Educación e Investigación, la colaboración se centra en el proyecto que desde hace 28 años desarrollan las hermanas Religiosas Ursulinas de Jesús, que dedican su vida a las comunidades campesinas e indígenas. El papel de la Fundación se basa en aportar medios para que a tra-

Patrocinios
Esta entidad sin ánimo de lucro tiene tres grupos de actuación: Asistencia Social, Educación y Deporte y Discapacidad

vés de la Congregación se puedan costear la formación de jóvenes responsables que a pesar de querer estudiar, no podían hacerlo por su precaria situación económica.

Estas acciones se pueden explicar mejor todavía cuando se identifican con nombres y apellidos: Mariela Tecu y Sara Tomichá. Estas dos jóvenes originarias de Trinidad (Bolivia), han cumplido su ilusión de comenzar las carreras universitarias de Psicología y Turismo, respectivamente. Pudieron hacerlo gracias a los fondos que donó la Fundación el año pasado.

Éxitos deportivos

En tercer lugar, cabe resaltar otro capítulo, el de Deporte y Discapacidad. Aquí, la Fundación Grupo Norte es el Patrocinador Oficial del equipo de Baloncesto en Silla de Ruedas de la ciudad de Valladolid (BSR), que no sólo practica este deporte dentro de España, sino también fuera del territorio nacional.

Gracias a los convenios de colaboración firmados durante ocho temporadas, se consiguió impulsar el desarrollo de las actividades deportivas del Club, que al mismo tiempo han llegado a un mayor número de personas con discapacidad física. Además, se ha producido una satisfacción a mayores, ya que los éxitos del equipo han acompañado al patrocinio. Sin ir más lejos, la temporada 2009-2010 finalizó con la consecución del título de Campeones de la copa de Europa «Willi Brinkmann».

La tecnología de Indra, «de servicio» en la Policía de León

La multinacional implantará un moderno sistema de grabación para garantizar las comunicaciones

POR MARÍA GAJATE
LEÓN

La Policía Local de León implantará en sus dependencias un nuevo sistema de grabación, que es «prácticamente pionero» y que ha sido desarrollado por la multinacional tecnológica Indra para garantizar las comunicaciones de las fuerzas de seguridad municipales y asegurar el almacenamiento y recuperación de las llamadas realizadas al 092 y 112, además de las líneas de radio utilizadas por los agentes.

El alcalde de León, Francisco Fernández, y el director del Centro de Excelencia de Sistemas de Seguridad (CES) de Indra en León, Antonio González Gorostiza, han suscrito un acuerdo para poner a disposición de la Policía Local el uso de las más avanzadas tecnologías aplicadas a sistemas de voz desarrolladas por la multinacional. Este grabador multicanal de señal, llamado Neptuno, está adaptado al estándar DMR del ETSI (European Telecommunications Standards Institute), y se instalará en la nueva sala de comunicaciones del cuerpo en la ciudad. Así, mediante este sistema se identificará al interlocutor y el origen de las comunicaciones que se intercepten desde la Policía Local.

Además de contribuir a una mayor seguridad de las comunicaciones, el sistema de grabación posibilita que todas las llamadas puedan recuperarse de una manera rápida de cara a una posterior inspección, en caso de ser requeridas, tras cualquier tipo de incidente, como catástrofes naturales o reclamaciones judiciales, gracias a su almacenamiento digital.

Indra inició el proyecto Neptuno con el fin de cubrir las necesidades de grabación que existen en diferentes áreas de seguridad. Su uso se ha aplicado anteriormente en los centros de control de tráfico aéreo, tanto en el ámbito civil como militar, en un total de ochenta ubicaciones de veinte países. En concreto actúa sobre las comunicaciones de pilotos, torres de control y controladores de «todos los vuelos del mundo», excepto EEUU y Canadá, explicó González Gorostiza.

Este sistema se ha puesto también a disposición de la red de comunica-

ciones nacional utilizada por los cuerpos de seguridad y, adicionalmente, la integración de estos grabadores se puede instalar en «call centers», centros de operaciones de mercados, centros de emergencias o de control portuario o ferroviario, entre otras aplicaciones.

La familia de grabadores Neptuno ha sido implantada en más de una veintena de países y se encuentra en continuo desarrollo para adaptarse a las nuevas tecnologías y protocolos que van surgiendo en materia de comunicaciones. «Una Policía Local moderna, eficaz y con capacidad

Mayor seguridad
El proyecto Neptuno cubre las necesidades de grabación en diferentes áreas, tanto en el ámbito civil como militar

para desarrollar todos los sistemas que demanden los ciudadanos» es para el alcalde de León la ventaja que aporta este nuevo sistema de grabación. El proyecto no tendrá ningún coste para las arcas municipales, ya que es fruto del acuerdo de colaboración entre el Ayuntamiento e Indra, que sienta las bases para que el modelo se pruebe y desarrolle en la ciudad para ser posteriormente vendido otros clientes.

La iniciativa tiene como fin potenciar el desarrollo tecnológico en la Policía Local poniendo a su alcance las más avanzadas herramientas en el ámbito de la seguridad, así como incrementar la cooperación de Indra con las fuerzas y cuerpos de seguridad españoles. La multinacional refuerza así la estrecha colaboración en materia de seguridad que mantiene con el Ayuntamiento de León y que inició con la instalación de un avanzado simulador de tiro para mejorar el entrenamiento de los agen-

Colaboración
El proyecto no tendrá ningún coste para las arcas municipales, ya que es fruto de un convenio entre la empresa y el Consistorio

tes, una idea que ya se encuentra en quince ubicaciones españolas y que es «la mejor del mundo» en este campo, puntualizó González Gorostiza.

Con el Ejército

Por otro lado, Indra entregará al Ejército de Tierra siete nuevos simuladores Victrix, especialmente diseñados para facilitar el entrenamiento de las fuerzas y cuerpos de seguridad destinados a misiones internacionales de mantenimiento de paz bajo el mando de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Con esta nueva adjudicación, el Ejército de Tierra certifica los resultados obtenidos hasta la fecha de otros dos equipos de idénticas características instalados a principios de 2010 en la Base Álvarez de Sotomayor, en Viator (Almería), y en la base Príncipe, en Paracuellos del Jarama (Madrid).

Los simuladores diseñados por Indra integran las últimas tecnologías disponibles para adaptar los ejercicios y escenarios a las nuevas necesidades de adiestramiento y garantizar así la seguridad, tanto de los equipos de intervención como de la población.

Su diseño y desarrollo ha sido realizado en el Centro de Excelencia de Sistemas de Seguridad de Indra en León y cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Junta de Castilla y León.

Indra es la multinacional de Tecnologías de la Información número uno en España y una de las principales de Europa y Latinoamérica. Es la segunda compañía europea de su sector por inversión en I+D, con cerca de 500 millones de euros invertidos en los últimos tres años.



Francisco Fernández y Antonio González Gorostiza tras la firma del acuerdo



Acto inaugural de la séptima edición del Máster Internacional en Promoción de Comercio Exterior

F. BLANCO

Formación con «vistas» al exterior

El 90 por ciento de los 240 alumnos formados con Excal desde 2005 tiene trabajo en la actualidad y 162 están empleados en firmas de la Comunidad

ABC
VALLADOLID

El 90 por ciento de los 240 alumnos que se han formado desde 2005 en el Máster Internacional en Promoción de Comercio Exterior Excal tiene trabajo en la actualidad. Además, 162 de ellos están empleados en empresas regionales y en el propio ámbito de la internacionalización. Así lo aseguró el vicepresidente segundo y consejero de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León, Tomás Villanueva, durante la inauguración de la séptima edición de este Máster, quien afirmó que todos estos jóvenes han contribuido también a crear departamentos de comercio exterior que antes no existían en las compañías en las que desarrollan su actividad.

Esta nueva convocatoria, organizada por la Junta a través de ADE Internacional Excal con la colaboración de la Escuela de Negocios ESIC, formará a 31 jóvenes en un curso que comenzó el pasado 31 de enero en el Centro de Soluciones Empresariales de la Junta, ubicado en Arroyo de la Encienda (Valladolid). Como novedad, se implantarán dos programas

diferentes para dar respuesta a las demandas de los empresarios y para potenciar la cualificación en materia de comercio exterior.

En este sentido, Villanueva anunció una iniciativa dirigida a ejecuti-

vos, directivos y técnicos de empresas, profesionales, a quienes «les puede venir muy bien para complementar su especialización». Se denomina «Máster Executive para la Internacionalización de la Empresa» y busca la «formación y actualización de los conocimientos en esta materia de estos profesionales».

En segundo lugar, se pondrá en marcha el «Programa Avanzado en Gestión en Comercio Exterior», destinado a titulados de grado superior de Formación Profesional que desarrollan un trabajo especializado en los diferentes sectores, pero que carecen de una formación en materia de internacionalización. De esta forma, pre-

INTERNACIONALIZACIÓN

Alimentos y vinos regionales, conquistan el oeste de EEUU

ABC
VALLADOLID. La Consejería de Economía y Empleo de la Junta desarrolló durante el mes pasado una intensa campaña promocional dirigida a impulsar las exportaciones de los productos agroalimentarios y los vinos de Castilla y León en la costa oeste de los Estados Unidos, con participación en varios actos en San Francisco, Oregón y Seattle.

En primer lugar, 14 empresas de la Comunidad acudieron a la feria Winter Fancy Food Show de San Francisco, la mayor feria de América del Nor-

te especializada en alimentación y bebidas. Entre el Salón de Invierno en San Francisco y la Feria de Verano en Nueva York, la National Association for the Specialty Food Trad (Nasft) consigue atraer a más de 40.000 asistentes de 80 países para ver 260.000 productos, como dulces, quesos, café, «snacks» o productos «gourmet», entre otras cosas.

Con esta participación agrupada de empresas regionales, que se realiza a través de Ade Internacional Excal, se pretende afianzar sus contactos realizados a lo largo del año, así

tende completar los estudios de FP con la gestión de operaciones exteriores. «Queremos que los jóvenes de la FP se introduzcan también en estas estrategias y se internacionalicen porque es una buena oportunidad laboral, pero también para la economía regional y las empresas», sostuvo Villanueva.

El vicepresidente económico argumentó que la creación de este Máster en 2005 era necesaria no solo para tareas de promoción en el exterior, sino para «complementarlas» con la formación de «buenos equipos humanos» de Castilla y León que facilitarían a las empresas la introducción en el ámbito internacional. Muchas de las firmas regionales han trasladado a los jóvenes formados a más de 14 países con el fin de trabajar para estos grupos empresariales, entre los que se encuentran Canadá, China, Estados Unidos y México.

Comercialización

El Máster da también la «oportunidad» de formar emprendedores y autónomos, que constituyen plataformas de comercialización (14 en la Comunidad que prestan servicio a más de 150 firmas), en torno a las cuales «confluye un conjunto de empresas que por intereses comunes programan actividades de comercialización en el exterior».

El titular de Economía concluyó que las personas formadas en este Máster tienen dos vías de futuro. Por un lado, la red exterior de la Junta, radicada en casi 30 países, la mayor parte en base a acuerdos con las cámaras de Comercio, embajadas e instituciones de promoción exterior. De forma autónoma solo se encuentran las delegaciones de Polonia, Rumanía y las ciudades estadounidenses de Nueva York y Miami, así como en otros lugares que las empresas demandan. La otra salida que tienen estos profesionales son las propias empresas de la Comunidad, lo que constituye una «buena oportunidad» para trabajar en ellas.

como ampliar sus carteras de clientes e importadores.

En este contexto se enmarcaron también las acciones que se desarrollaron en Oregón, el propio San Francisco y Seattle. Por un lado, una veintena de firmas de la Comunidad participaron en una promoción que se llevó a cabo en seis de las grandes superficies que la cadena Market of Choice tiene en Oregón.

Asimismo, San Francisco y Seattle fueron escenario de una serie de actividades destinadas a importadores y periodistas especializados. En esta ocasión, se realizaron presentaciones y maridajes en diversos restaurantes, institutos culinarios y vinotecas de ambas de ciudades, donde se pudieron conocer los productos agroalimentarios regionales con las distintas variedades de vino que se elabora en la Comunidad.



Juan M. González de la Serna ABC

INDUSTRIA GALLETERA

Siro compra la planta de Nutrexpa en Jaén para ganar producción

ABC
VALLADOLID

Nutrexpa venderá a Grupo Siro, con sede en la localidad palentina de Venta de Baños, su fábrica de galletas ubicada en Jaén, en función de un acuerdo «de carácter vinculante y supeditado a la aprobación definitiva del Servicio de Defensa de la Competencia» alcanzado entre ambas compañías.

Desde Nutrexpa aseguran que los motivos que impulsan este acuerdo se basan en la decisión de concentrar su producción de galletas en las fábricas de Villarejo de Salvanes (Madrid), Reinosa (Cantabria) y Pombal (Portugal), «mejorando así las operaciones industriales y optimizando la capacidad productiva». Grupo Siro, por su parte, desea ampliar su capacidad productiva de galletas a la zona sur. Así pues, la venta de la fábrica «trae consigo una nueva etapa de crecimiento económico para Jaén, debido a la ampliación progresiva del volumen de producción y al aumento consecuente de puestos de trabajo que el Grupo prevé llevar a cabo», señala un comunicado.

La operación «asegura la continuidad absoluta de la plantilla y la conservación de las actuales condiciones laborales», precisaron las mismas fuentes. En ese sentido, el compromiso de Grupo Siro de preservar la totalidad del empleo, aunado a sus planes de crecimiento, fueron «determinantes» en el cierre del acuerdo. El presidente de Grupo Siro, Juan Manuel González Serna, señaló al respecto que el objetivo primordial es «generar riqueza en Jaén» al igual que en las comunidades donde estamos presentes.

El comercio minorista de la región, el que mejor resiste

En plena crisis, el INE ha puesto, por segundo año consecutivo, a Castilla y León como la que mejores datos tiene

POR JUAN GILES
VALLADOLID

El último informe sobre el comercio minorista publicado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) confirmó los datos positivos que ya se habían hecho notar el año pasado en este sector en Castilla y León. La Comunidad es, por segundo año consecutivo, la que mejor variación interanual tiene, con un incremento del 0,7% en las ventas durante 2010. Esta subida no vino sola, sino que estuvo acompañada de un aumento del 0,4% en la ocupación laboral. Para valorar estos números no hay más que compararlos con los de la media nacional, en donde se produjo un descenso en ventas del 1,7% y una bajada del 1,3% en el índice de ocupación.

Unos datos positivos en una situación económica como la actual y que hacen que la región se consolide al frente del panorama nacional, pero que según el Director General de Comercio de la Junta de Castilla y León, Carlos Teresa, no «son para lanzar las campanas al vuelo», ya que «la subida es pequeña», aunque sí que revelan que «la caída del consumo no está siendo tan importante como en otras zonas». Pese a esta prudencia inicial, Teresa sí valora que «la Comunidad sea la única de toda España que presenta un balance positivo» en este informe, aunque sea «con mejoras muy pequeñas».

Un dato del que se encuentra especialmente satisfecho es del «aumento del número de empleados», una situación, que más allá de Castilla y León, solo han experimentado las comunidades de Asturias y Cantabria. Pese a la tendencia positiva de los dos últimos años, el director General de Comercio quiere recordar que «la mala situación que estamos pasando» también afecta a la Comunidad, aunque este informe demuestra que «tenemos una gran fortaleza económica» en comparación con otras regiones.

A la hora de buscar los motivos por los que Castilla y León lleva dos años liderando este ranking, Teresa destaca la importancia de las políticas recogidas en el «Primer Plan Estratégico del Comercio para Castilla y León» que sirvió para mostrar el

apoyo de la Junta a los comercios. Teresa destaca el esfuerzo tanto de la Administración como de los empresarios, «que han sido los primeros causantes de estos resultados» para que un plan que se inició «con la previsión de invertir 60 millones de euros» haya finalizado «con más de 130 millones». Todo gracias al trabajo conjunto que han venido desarrollando en los últimos tiempos y que, en opinión de Teresa, ha permitido «mejorar tanto la cualificación como la competitividad» de los establecimientos y de los propios trabajadores de los mismos.

Sobre el aumento del índice de ocupación, el Director General de Comercio de la Junta cree que es reseñable

esta subida con los millones de desempleados que hay, pero destaca que lo más importante de estos datos no «es tanto el que crezca la ocupación como el hecho de que este resistiendo con fuerza ante la crisis». En este sentido, insiste en que la subida «vuelve a ser muy leve» y que es positiva por la mala situación que se está viviendo, pero mantiene que es necesario ser prudentes al tomar en consideración estos resultados.

Nuevo impulso

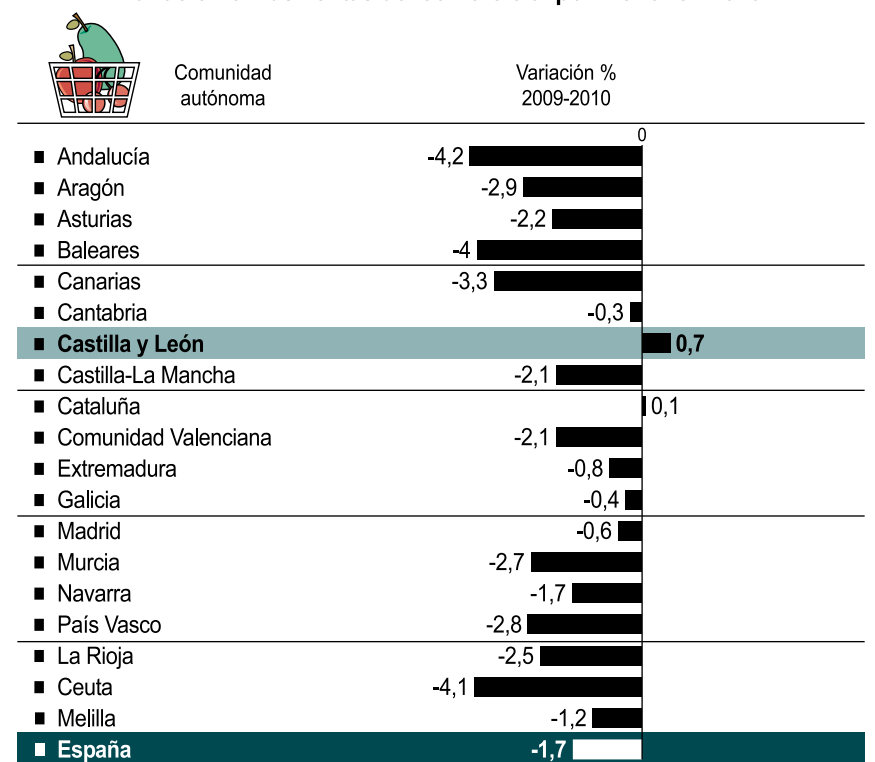
Sin tiempo para mirar al pasado y con el primer plan de ayuda al comercio ya finalizado, Teresa cuenta que desde la Junta de Castilla y León llevan un tiempo trabajando con los comerciantes en el nuevo plan de desarrollo del comercio minorista de la región que permita continuar la senda positiva.

Un acuerdo, que está cerca de ver la luz, y con el que Teresa confía «se pueda dar un nuevo impulso y una confianza económica» al comercio de la Comunidad, ya que en estos momentos «es débil y eso está afectando en el índice de ventas».

Por último, el responsable del comercio minorista de la región expresó su deseo de que cuando «salgamos de la actual coyuntura económica» mejore la situación de un sector «que está viéndose muy afectado» y que los empresarios vean recompensados todo el esfuerzo que se están viendo obligados a hacer ahora.

**El doble de inversión
El Plan Estratégico de Desarrollo del Comercio acabo destinando 130 millones de euros, pese a estar previsto invertir 60**

Variación en las ventas del comercio al por menor en 2010



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

ICAL

Iberaval: licencia para emprender con 60.000 euros

La SGR pone en marcha la línea «CrediEmprende» para financiar nuevas iniciativas en Castilla y León y La Rioja

J. G.
VALLADOLID

Hasta 60.000 euros por operación. Una cantidad nada desdeñable la que ofrecerá Iberaval a los emprendedores gracias al nuevo programa «CrediEmprende», pensado para impulsar las iniciativas empresariales. El proyecto parte del convenio que a finales del mes pasado firmaron el presidente de esta Sociedad de Garantía Recíproca (SGR), José Rolando Álvarez, y la presidenta de la Compañía Española de Refianzamiento (Cersa), Estela Gallego.

«CrediEmprende» es un novedoso producto dedicado en exclusiva a emprendedores para que dispongan de condiciones muy ventajosas. Así, accederán a créditos con un tipo de interés de Euribor +1,25, que tendrán un plazo máximo para su devolución de incluso 10 años. Podrán acogerse las pymes y autónomos de Castilla y León y La Rioja que decidan poner en marcha negocios durante 2011 o lo hayan hecho en los ejercicios correspondientes a 2009 y 2010.

El convenio se rubricó el 31 de enero, siendo ésta firma la primera que involucra a Cersa y al conjunto de las 23 SGRs que operan en España. Nace tras la dotación de mayores recursos económicos de Gobierno a Cersa, pensando en ampliar su capacidad para avalar. En este sentido, la empresa pública asumirá el 75% del riesgo de los avales que las SGR otorguen a las pymes. La propias sociedades serán las que tengan que responder por el 25% restante, incluidos intereses. Esta fórmula permitirá anular el riesgo de los bancos y cajas de ahorros sobre el importe total del crédito que se conceda.

Además de poner en marcha «CrediEmprende», en la misma jornada también se renovó el convenio habitual dirigido a las pymes, según el cual las garantías financieras a largo plazo otorgadas por las SGR a este tipo de compañías tienen una cobertura por parte de Cersa que oscila en-



Los emprendedores contarán con una nueva línea de crédito

Más recursos
La firma de este convenio ha sido la primera que involucra a Cersa y al conjunto de las 23 SGRs que operan en España

tre el 30% y el 75% de su riesgo. En este supuesto se podrán avalar operaciones de hasta 625.000 euros.

Con estos contratos de refianzamiento, el Gobierno asegura una cobertura de hasta de hasta 600 millo-

Acceso al crédito
El acuerdo «va en la línea correcta de actuación», señaló José Rolando Álvarez durante el acto protocolario

nes de euros sobre los más de 1.200 millones de euros en garantías financieras que las SGR esperan otorgar a emprendedores y pymes en 2011.

Los dos programas establecidos beneficiarán en la práctica a más de

8.000 emprendedores y Pymes. Esto significa que además se movilizará una inversión total superior a los 2.500 millones de euros.

Apoyo financiero

El presidente de Iberaval, José Rolando Álvarez, señaló que «este convenio va en la línea correcta de actuación. De hecho, veníamos demandando una mayor capitalización de Cersa, precisamente para facilitar que el crédito llegue a las pymes y entre todos podamos garantizar su estabilidad e influir en la recuperación de la actividad».

En este sentido, Álvarez añadió que «el verdadero valor de las SGR es su experiencia en la valoración del riesgo que se asume en cada operación, de tal forma que nuestros profesionales saben distinguir entre los proyectos empresariales que son viables y que necesitan de nuestro apoyo para obtener la financiación adecuada», dijo.

Mediante este acuerdo, tal y como se demostró durante la celebración del acto protocolario, la Dirección General de la Política de la Pequeña y Mediana Empresa quiso también reconocer el papel que están jugando las Sociedades de Garantía Recíproca como entidades de apoyo al acceso a la financiación de los emprendedores y las pymes en general. La propia Administración ha puesto especial énfasis en destacar el ejemplo que supone para todo el sector de las garantías la buena labor desarrollada hasta ahora por tres de las SGR de España: Iberaval (Castilla y León y La Rioja), Elkargi (País Vasco) y Avalmadrid.

Préstamos para autónomos

Por otro lado, Iberaval no ha bajado la guardia para dejar claro su compromiso con los autónomos. Recientemente, la SGR anunció que ofrecerá a los afiliados de la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Castilla y León (UPTA) y de la Asociación de Trabajadores Autónomos Dependientes (Tradecyl) un capítulo de préstamos en condiciones preferentes denominado «Creación de empresas». Estará dotado con 24 millones de euros y permitirá canalizar operaciones por un importe máximo de 24.000 euros, con un plazo de devolución de entre tres y seis años y un tipo de interés que aún está pendiente de renegociar con las entidades financieras pero que se situará en el Euribor más 1,50.

Los acuerdos firmados con estas dos organizaciones se suman a los convenios ya suscritos anteriormente por ATA y Feacyl, tras lo acordado en la Mesa del Autónomo de Castilla y León. De este modo, esta línea tiene como objetivo facilitar el autoempleo, favorecer la creación de nuevas pymes y consolidar su funcionamiento durante los primeros años. Cabe destacar que el 64% de los socios de Iberaval pertenecen al colectivo de autónomos.

¿Pesimismo u optimismo?: las dos caras de la moneda de la crisis

El experto en liderazgo Fernando Botella anima a los empresarios a sacar fuerzas con el empuje de la «ilusión»

POR MAR GONZÁLEZ BURGOS

Todas las crisis, incluida la económica, ponen a prueba a los hombres que se enfrentan a ellas y una de las claves para conseguir superarlas es la pasión por el trabajo que se realiza y la ilusión por encontrar la puerta de salida. Así lo considera al menos Fernando Botella, quien impartió una conferencia a los empresarios burgaleses en el Círculo de Actualidad Empresarial.

Por una tarde no se habló de números rojos, falta de financiación, expedientes de regulación o las pérdidas producidas por la crisis económica. Son elementos que en los últimos tiempos forman parte del día a día de todos los empresarios y Fernando Botella intentó que éstos mirasen esa realidad con otros ojos.

Fernando Botella es director del programa de Alta Dirección en la Escuela de Organización Industrial (EOI) y profesor de liderazgo y habilidades directivas del Instituto Nacional de Administraciones Públicas. Bajo el título «La fuerza de la ilusión» se plantó frente a los empresarios burgaleses para «transmitirles la importancia de mirar la crisis desde otro punto de vista».

Como consultor de innovación y estrategia, Fernando Botella tiene entre sus clientes a compañías líderes como Repsol, BBVA, Acciona, Telefónica, Danone, Ferrovial o Endesa. Su experiencia profesional le ha demostrado que en el camino del éxito es muy importante «la fuerza de la alegría porque la verdadera magia está en cada uno».

Botella deja claro que no se trata de evitar la realidad pero «en muchas ocasiones, si te da un ataque de realismo, lo que te dan ganas es de echar a llorar» y de este modo no se llega a ningún sitio. En su opinión, el empresario debe ser consciente de que «ante circunstancias iguales hay otros que sobreviven y que son capaces de llevarlo adelante, adaptarse y

salir de la crisis» todo depende de «la actitud con la que escojamos vivir y afrontar cada desafío».

Fernando Botella explica que diferentes estudios demuestran que lo que tienen en común los grandes líderes, los empresarios que consiguen superar las crisis e incluso salir reforzados de ellas es «su pasión por lo que hacen y la capacidad para mirar hacia delante».

Puerta de salida

Este experto en liderazgo explica que «pesimismo y optimismo son dos caras de la misma moneda igual que necesarias» y pone como ejemplo que un optimista inventó el aeroplano pero un pesimista el paracaídas: «y que alguien me diga qué es mejor». Los dos sentimientos deben estar presentes a la hora de tomar decisiones para hacerlo «siendo conscientes de la realidad desde un punto de vista positivo». Para Fernando Botella, esto implica «entender que cada crisis, cada situación que vive una persona tiene una puerta de salida y para encontrarla lo que más nos ayuda es la ilusión, la pasión que está detrás».

Fernando Botella insiste en que esta manera de ver la vida y enfrentarse a las crisis es algo que está en las personas que son las que, a fin de cuentas, están detrás de las empresas y de las organizaciones. El factor humano es el que dirige el barco y lo conduce hacia un puerto seguro o a la deriva.

Decisiones correctas

Por eso señala que no hay sectores o países que vayan mejor o peor que otros sino individuos, empresarios

Capacidad de adaptación
Todo depende de la «actitud con la que escojamos vivir y afrontar cada desafío», aseguró Fernando Botella



El experto en liderazgo Fernando Botella

F. ORDÓÑEZ

que consiguen hacer frente a la crisis económica y, cuando son muchos, consiguen sacar adelante una empresa, un sector o un país. En su opinión, ahí está la clave de que, por ejemplo, «encontremos empresas tecnológicas que están quejándose y otras que salen adelante y reforzadas después de un periodo de crisis».

Fernando Botella impartió la conferencia sobre «La fuerza de la ilusión» en el Círculo de Actualidad Empresarial, promovido por Cajacírculo y la Cámara de Comercio e Industria de Burgos. Ambas entidades ofrecen a los empresarios formación e información sobre la situación economi-

ca, posibilidades de negocio y, en este caso, respecto a fórmulas para buscar herramientas de liderazgo para hacer frente a la crisis.

Analizar la realidad

Para este experto en liderazgo, una de las claves del éxito durante la crisis pero también para seguir creciendo una vez pasado el bache, es analizar siempre la realidad desde un punto de vista «centrándose en la toma de las decisiones correctas y no refugiándose en las lamentaciones».

Además, más allá de convertir la ilusión en una característica personal del empresario particular, Fernando Botella insiste en la necesidad de que ese espíritu se convierta en un eje transversal de sus equipos. En su opinión, «las empresas y organizaciones necesitan un cambio de liderazgo, que el verbo compartir entre a formar parte de su estructura y aprendan a comunicar ese entusiasmo y liderazgo a todos los miembros de sus equipos».

Información
El Círculo de Actualidad Empresarial, promovido por Cajacírculo y la Cámara de Burgos, asesoran a los empresarios

Entrepinares fabricará queso danés para su venta en Mercadona

El producto de la firma vallisoletana se comercializará en sustitución de las importaciones de Dinamarca

ABC
VALLADOLID

Entrepinares será el primer fabricante español de queso havarti, una variedad danesa elaborada con leche de vaca. El producto se comercializará en Mercadona con la marca Hacenda y sustituirá al que se importaba desde Dinamarca. Para ello, esta empresa de Castilla y León ha construido una nueva planta en Vilalba (Lugo), que ha supuesto una inversión de más de 25 millones de euros y dará trabajo a 20 personas.

En las nuevas instalaciones, dotada de «los equipos industriales tecnológicamente más avanzados», según fuentes de la empresa, se producirá el próximo año alrededor de 3,8 millones de kilos, para lo que utilizará 31 millones de litros de leche de vaca. El havarti, que se elabora tanto en la variedad normal como light, se presenta en bandejas con lonchas, en un envase cómodo con apertura resellable y separador entre lonchas.

Además del havarti, la planta de Lugo fabricará próximamente un nuevo queso para untar, con lo que la plantilla final alcanzará un total de

45 trabajadores y su capacidad de elaboración alcanzará los 60 millones de litros de leche.

Queserías Entrepinares es una empresa familiar de capital cien por cien nacional. La fábrica que acaba de empezar a funcionar en Lugo se suma ahora a los otros dos centros de producción que posee, el originario y principal situado en Valladolid y otro en el municipio madrileño de Fuenlabrada, que cuentan con una capacidad de transformación diaria superior al millón de litros de leche.

Por otro lado, Entrepinares es también propietaria de una planta de transformación de suero líquido (Pro-lactea) situada en Castrogonzalo (Zamora), que recoge y trata el suero producido en fábricas de quesos de la Castilla y León. Este suero líquido se transforma en polvo para aprovecharlo más tarde en la industria alimentaria.

Apuesta por la integración

Si bien la cifra de ventas de esta firma agroalimentaria que nació en 1984 por iniciativa de Antonio Martín se reparte hoy por todo el territorio nacional, sus productos también se han hecho un hueco en el extranjero. En con-



Entrepinares también lanzará un nuevo queso para untar

creto, Entrepinares exporta a Alemania, Dinamarca, Holanda, Portugal, Suecia, Finlandia, Suiza, Andorra, Méjico, Estados Unidos e Israel.

En términos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la empresa láctea también está a la cabeza, ya que lleva años haciendo una apuesta por la contratación e inserción laboral de personas sordas en igualdad de oportunidades con el resto de los em-

pleados: en la planta de Valladolid trabajan 12 empleados sordos y otros tres en el centro de Fuenlabrada. De hecho, resultó finalista en los Premios «Ability Awards», que se entregaron el mes pasado y reconocen la labor de las empresas en favor de la integración laboral de personas con discapacidad. La firma fue seleccionada entre más de 450 candidaturas de 273 entidades.

El viento no tiene fronteras. Nuestra energía tampoco. Iberdrola. Líder mundial en energía eólica.

Nuestra energía cruza fronteras llegando a más de 28 millones de clientes en 40 países. Porque sólo la primera compañía energética española es capaz de llegar tan lejos para estar tan cerca.

ADOP
Patrocinador del Equipo Paralímpico Español

El clima empresarial no mejora y se mantiene pesimista

El colectivo espera una bajada en las inversiones y en la producción en el ámbito de la construcción y en el sector servicios

ABC
VALLADOLID

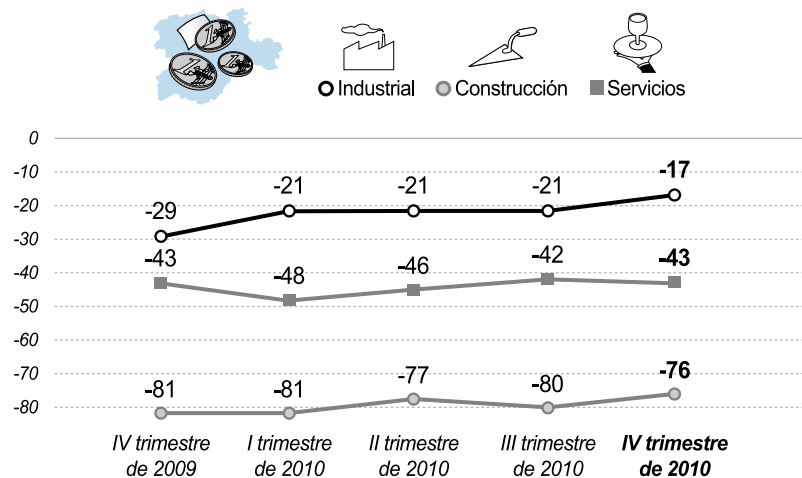
El pesimismo sigue siendo el fenómeno atmosférico predominante en las predicciones del clima empresarial en Castilla y León. En este sentido, el mapa con las previsiones apunta descensos en la inversión y en la producción del sector de la construcción durante los próximos meses, así como una caída en el nivel de prestaciones y también en el de inversión del sector servicios. En cambio, los empresarios regionales esperan una recuperación en la cartera de pedidos extranjera del sector industrial, según los datos que maneja la Dirección General de Estadística de la Consejería de Hacienda de la Junta.

Así, las productoras de bienes intermedios estiman que se producirán aumentos en la cartera de pedidos internacionales, que contrastan con las bajadas que se esperan en la producción y en los pedidos del resto de industrias. Las ramas de minería de carbón, minería y metales y alimentación son «las más optimistas» del sector industrial, al contemplar para los próximos meses aumentos en la cartera de pedidos y en la producción. Destacan también las expectativas de aumentos de la inversión en las ramas de papel y química. En esta última también se prevén aumentos en la producción y en la cartera de pedidos extranjera.

Por su parte, los empresarios del ámbito de la construcción auguran para los próximos meses descensos tanto en la producción como en la inversión en todas sus ramas: obras civiles, construcciones industriales y viviendas. En el sector servicios también se prevé una caída, tanto en el nivel de prestación como en el de inversión, en comercio, transporte y comunicaciones y servicios destinados a su venta, según las mismas fuentes.

Durante el cuarto trimestre del pasado ejercicio, el clima empresarial mejoró en la construcción y en la in-

Clima empresarial en Castilla y León en el IV trimestre de 2010



FUENTE: Dirección General de Estadística

ICAL

industria (sector este último que registra el clima menos pesimista) y retrocedió «muy ligeramente» en el sector servicios con respecto al tercer trimestre del año.

El metal, algo mejor

Según los empresarios, en los últimos tres meses de 2010 mejoró el clima en las industrias de bienes de inversión y de consumo, con una recuperación de tres y 15 puntos respectivamente, y empeoró en las de bienes intermedios, con una caída de tres puntos. Todas las ramas, excepto las de minería de carbón, textil y material de transporte, experimentaron

una mejora en su clima industrial, especialmente las de alimentación y química. Minerales y metales mejoró «más ligeramente» que el resto, pero es «la única» con signo positivo.

Igualmente se mostró favorable, aunque sólo «ligeramente», en las tres ramas de la construcción, que durante el cuarto trimestre del año pasado siguieron en los niveles «muy negativos» del resto del periodo. En lo que respecta al sector servicios, los empresarios de comercio y otros servicios destinados a la venta consideraron que el clima mejoró ligeramente respecto al tercer trimestre, mientras que en transporte y comunicacio-

nes retrocedió. En las tres ramas se mantuvo negativo.

Al hilo de estos datos, la Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León (Cecale) destacó que el «pesimismo» que impera entre el empresariado regional refleja que el actual entorno económico español «continúa agudizando la situación de incertidumbre y, por tanto, paralizando o ralentizando toda decisión sobre las futuras inversiones empresariales», informa Ical.

«Tímidas» reformas

La patronal Cecale, que analizó los resultados de la encuesta de opiniones empresariales a través de un comunicado, remarcó que las recientes reformas acometidas «parecen tímidas, así como el alza injustificada del precio de ciertos productos o la todavía mínima reestructuración del sector público en busca de una mejora de la eficiencia». Asimismo, denunció que «la limitadísima liquidez financiera tampoco animan a reactivar la economía española».

Además, el colectivo argumentó que la falta de inversiones responde a la «inseguridad y lentitud» de las decisiones gubernamentales internas, con lo que se genera «una penalización de la imagen de España, dificultando la inversión en el exterior y toda decisión empresarial por nuestro país». En este contexto, Cecale exige a las autoridades competentes que aúnen de forma «ágil y decidida esfuerzos y acometan las ya reiteradas reformas estructurales que permitan restablecer el clima de incertidumbre generalizado hacia una senda de optimismo, necesario para impulsar cualquier germen de inversión empresarial». Igualmente, insta a las entidades gubernamentales a que «establezcan las bases para alcanzar el deseado clima de confianza con el que inyectar liquidez».

CONSECUENCIAS DE LA MOROSIDAD

El IVA sin cobrar «se carga» los beneficios de las pymes

ABC
VALLADOLID

Las pymes y los trabajadores autónomos de Castilla y León cargan con 27 millones de euros anuales correspondientes al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) de facturas que aún no han llegado a cobrar, una «carga muy gravosa» que se ha elevado por el aumento de la morosidad y de los impagos derivados de la crisis, según las estimaciones de los Técnicos del Ministerio de Hacienda (Gestha), que sitúan esta cifra en casi 800 millones de euros a nivel nacional.

Según Gestha, Castilla y León ocupa el octavo lugar entre las comunidades autónomas con un mayor volu-

men de IVA pendiente de cobro. Por provincias, Valladolid es la que tiene una mayor morosidad, con 6,64 millones, seguida de León, con 4,84 millones, y Burgos, con 4,59 millones. Por su parte, en Salamanca el IVA sin cobrar asciende a 4,19 millones; en Zamora, a 2,19 millones; en Segovia, a 1,66 millones; en Soria, a 1,0,7 millones; en Palencia, a 1,01 millones, y en Ávila, a 830.000 euros.

Desde Gestha alertan de que en la actualidad los autónomos y pequeños empresarios deben ingresar a la Hacienda Pública el IVA de las facturas emitidas que aún no han cobrado y que «incluso no llegarán a cobrar nunca». Para mejorar la liquidez de

estas empresas, proponen, en consonancia con varias de las enmiendas del PP, CiU y PSM-EN al proyecto de Ley de Economía Sostenible, modificar el sistema de devengo para retrasarlo hasta el momento del cobro total o parcial de la factura.

Según la ley española del IVA, el impuesto es exigible en el momento en que se efectúa la entrega de bienes o prestación de servicios y no cuando se emite la factura o se realiza su cobro. En caso morosidad se puede pedir un aplazamiento del pago para no anticipar el impuesto no cobrado, lo que conlleva un interés de demora del 5% anual que aplica la Agencia Tributaria. El Consejo Europeo ya se pronunció sobre esta realidad el pasado mes de julio mediante la aprobación de una Directiva que permite a los Estados autorizar que el IVA se declare con arreglo a un régimen de contabilidad de caja que permita al proveedor abonar el impuesto una vez se reciba el pago, informa Ical.

Aciturri Aeronáutica volará con su facturación elevada al cubo

El Grupo espera alcanzar ventas por 350 millones de euros en 2018

ABC
BURGOS

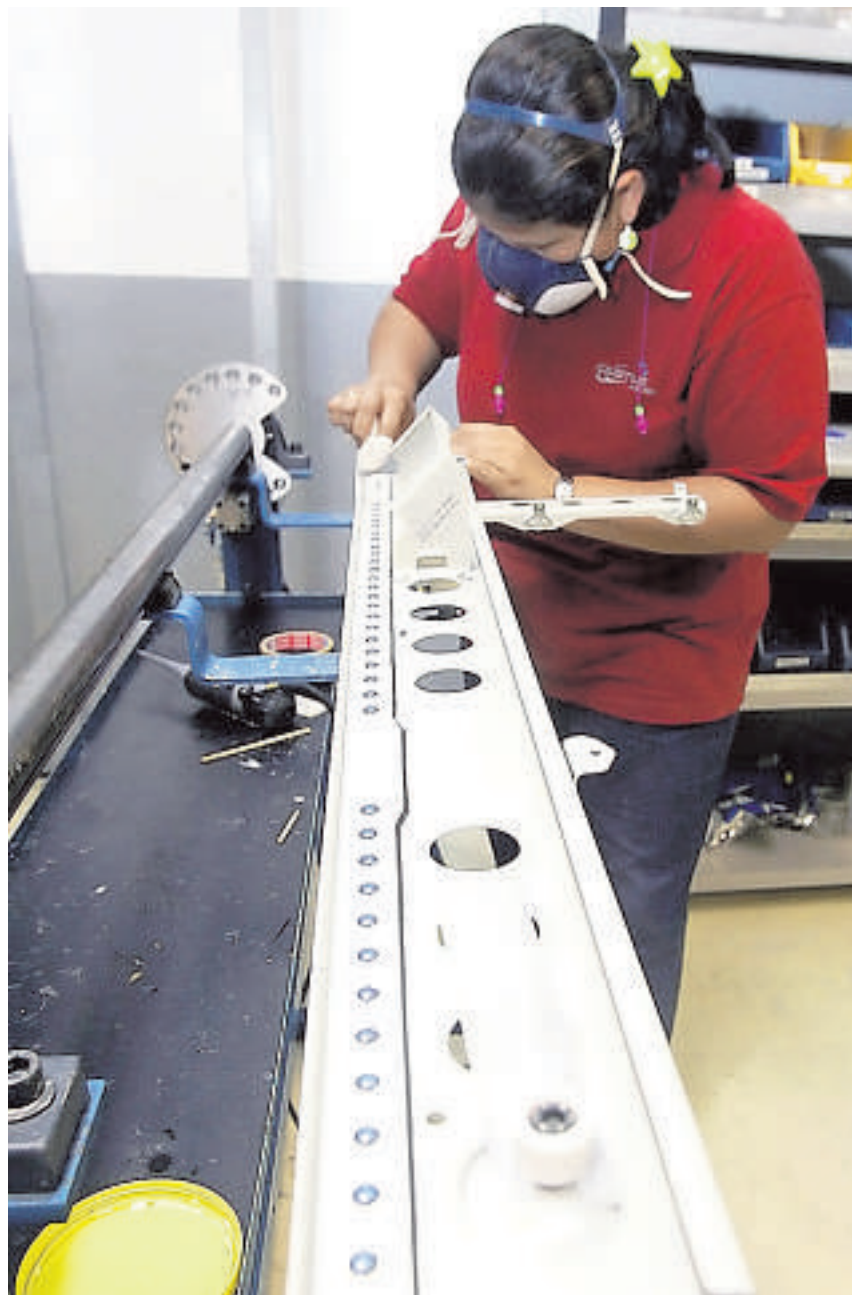
El Grupo Aciturri Aeronáutica prevé multiplicar por tres la facturación y duplicar la plantilla actual en el horizonte 2018, según su consejero delegado, Ginés Clemente, lo que significa que las ventas podrían superar los 350 millones de euros (ya que en 2010 éstas ascendieron a 115 millones), además de la creación de alrededor de un millar de puestos de trabajo entre los nueve centros que posee la firma aeronáutica en España, dado que actualmente cuenta ya con 1.017 empleados, informa Ical.

Con estas previsiones, el reto para los próximos siete años no es otro que «ganar competitividad». No obstante, el Grupo está trabajando en la nueva reflexión estratégica 2011-2015, que llevará a definir «con más precisión esos objetivos». «Aunque parezcan previsiones a largo plazo, no lo son», dijo Clemente. Y es que en el sector de la aeronáutica, siete años es muy poco tiempo, dado que un proceso lógico de fabricación de un avión es de una década de media, si bien, en este siglo XXI, «ya se camina para que lleguen a ser cinco desde que se comienza a fabricar hasta que vuela».

Aciturri, una de las tres empresas «Tier 1» que tiene reconocidas Airbus en España (subcontratistas de primer nivel del sector), también se encuentra afectada por la crisis, aunque Clemente aseguró que con los proyectos que la compañía tiene contratados en la actualidad se podrán cumplir con seguridad los fines planteados para 2018.

Recuperación «aceptable»

A su juicio, la economía mundial arrastrará positivamente al sector aeronáutico una vez que la situación ofrezca signos de recuperación «aceptable». «Esa evolución positiva no está tan lejos y ya para 2011 veremos algunos visos de crecimiento», opinó el consejero delegado, quien adelantó que los presupuestos de Aciturri para este año crecen del orden del 20 por ciento. Así, explicó que la firma, radicada en Miranda de Ebro (Burgos) y expandida por seis locali-



La firma burgalesa creará un millar de puestos de trabajo

F. ORDONEZ

Competitividad
La firma trabaja en una nueva reflexión estratégica 2011-2015 con la que pretende definir con «más precisión» sus objetivos

dades españolas (Vitoria, Boecillo, Sevilla, Cádiz y Tres Cantos, además de Miranda) trabaja en cuatro proyectos de Airbus y uno de la americana Boeing, el 737.

Sobre la compañía paneuropea, recordó que está fabricando piezas para el modelo A320, un programa «ya maduro» y que ha traído éxitos para Aciturri. De este modo, las apuestas de futuro llegan de la mano del A400M, el A380 y el A350. En relación al A400M, subrayó que los go-

biernos europeos alcanzaron en enero el acuerdo definitivo para que «no se frene su lanzamiento» a causa de la crisis económica, y en la actualidad se encuentra en un momento «de inicio de la producción y parece que despega». Del A-380, comentó que ahora se encuentra en producciones anuales «muy aceptables», después de tres o cuatro años desde su lanzamiento, y auguró que «despegará este año».

En opinión de Ginés Clemente, el sector aeronáutico español está «muy globalizado, ya que compite en todo el mundo», por lo que «le afectan los crecimientos y decrecimientos de la economía mundial». En este sentido, añade que «estamos un poco mejor porque el crecimiento de la economía mundial va bastante por delante, desgraciadamente, que el de la española».

NUEVOS MERCADOS

Hydra invierte con capital berciano desde su empresa creada en Japón

ABC
LEÓN

La empresa Hydra Internacional, con capital de Castilla y León, se presentó hace unos días en Ponferrada (León) como el «vehículo» para abrir el mercado asiático a los productos y empresarios del Bierzo, según señaló su representante, Emilio Cubelos. La sociedad, creada en Japón con inversión berciana, trabaja desde hace varios meses desde el país nipón en la importación de productos agroalimentarios, principalmente vinos con Denominación de Origen Bierzo. En concreto, comercializa las etiquetas de las bodegas Peique, Casar de Birbia, Bodegas del Abad y Martínez Yebra, así como envasados de pimientos o castañas y licores.

«Tenemos en nuestros almacenes de Tokio unas 20.000 botellas de mencia y godello», explicó Cubelos, quien subrayó «la especial predilección por el mercado autóctono» que tienen estos grandes mercados y su voluntad de facilitar la entrada a todas las empresas bercianas que quieran comercializar sus productos en este área.

Hydra Internacional, que cuenta con oficina y almacenes en Tokio, cerca del puerto de Yokohama, participará del 1 al 4 de marzo en la Feria Agroalimentaria Foodex en la capital nipona, donde expondrán los vinos y productos bercianos. Se trata de un certamen profesional que atrae a un importante número de compradores, supermercados y empresarios de la restauración no sólo de Japón, sino de todo el continente asiático.

Por otro lado, el representante de Hydra Internacional destacó el interés de la empresa por abrirse a otros sectores aparte del agroalimentario, entre ellos el pizarro. A este respecto, Emilio Cubelos anunció las conversaciones mantenidas con el empresario de la pizarra Baltasar Fidalgo y su interés en posicionarse en estos mercados, informa Ical.

En este sentido, el responsable de Hydra también anunció la apertura de una oficina Nueva Delhi. Con esta iniciativa en la capital de la India, la firma quiere ampliar su presencia en Asia y lograr un mejor posicionamiento como una de las pocas sociedades que pueden ofrecer infraestructura en el lugar, «con lo que supone de comodidad para las futuras empresas que estén interesadas en comercializar sus productos», dijo.

«CAMPUS EMPRENDE»

Los mejores proyectos, de las aulas al mundo empresarial

ABC
VALLADOLID

La Junta de Castilla y León y la Fundación Endesa han convocado una nueva edición del certamen «Campus Emprende», un concurso que pretende fomentar la creación de proyectos empresariales innovadores desde la universidad. Podrán participar estudiantes, profesores, becarios y antiguos alumnos titulados en los dos últimos dos años de cualquiera de las ocho universidades de Castilla y León.

Las consejerías de Economía y Empleo y de Educación, a través de la Fundación Universidades de Castilla y León, la Agencia de Inversiones y Servicios (ADE) y el Centro de Empresas e Innovación (CEEI) han puesto en marcha una nueva edición de este certamen en colaboración con la Fundación Endesa, cuyos objetivos son favorecer la generación de ideas empresariales en el entorno universitario y materializarlas en nuevas empresas. Con esta iniciativa, la Junta busca transformar el conocimiento teórico de las aulas en proyectos reales que favorezcan el desarrollo económico de la región

Todos los miembros de la comunidad universitaria podrán concurrir a este certamen que consta de dos categorías: «Idea» y «Proyecto Empresarial». En la primera modalidad el jurado seleccionará las tres mejores ideas, que serán premiadas con un diploma acreditativo y un ordenador portátil, informa Ical.

Por su parte, en el apartado Proyecto Empresarial también resultarán galardonados los tres trabajos más brillantes, cuyos autores recibirán un diploma y una cantidad económica que oscilará entre los 8.000 y los 10.000 euros. En este caso, el premio se destinará a dotar de capital social a la nueva empresa.

Como novedad, en esta edición los premiados de ambas categorías tendrán acceso a formación específica y serán apoyados mediante los distintos instrumentos que en materia de creación de empresas tiene la Administración regional. Todos los interesados en participar podrán presentar sus propuestas hasta el día 31 de mayo en cualquiera de las ocho universidades de Castilla y León. Las bases del concurso, los impresos e información adicional pueden consultarse en cualquiera de estas tres webs: www.redtcue.es, www.campusemprende.com y www.funi-vcyl.com.

Cómo hacer negocio con la banca de Argentina y Uruguay

ADEuropa organiza una misión de acercamiento para optar a licitaciones de entidades financieras multilaterales

J. G.
VALLADOLID

Argentina y Uruguay ofrecen oportunidades de negocio para ejecutar proyectos financieros con recursos de la banca multilateral o bilateral. Las empresas de Castilla y León podrán conseguir contratos financiados con fondos de estos organismos y de los gobiernos de estos países, si se deciden a participar en la misión de prospección que la Consejería de Economía y Empleo ha organizado a través de ADEuropa y que tendrá lugar en estos dos destinos del 14 al 18 de marzo.

Este acercamiento a los Organismos Multilaterales de Argentina y Uruguay está pensado para que las empresas regionales de los sectores de consultoría, ingeniería, infraestructuras, energía, medioambiente, salud, construcción, energías renovables, TIC y telecomunicaciones, puedan introducirse en este mercado.

Así, se combinarán reuniones personalizadas con compañías argentinas y uruguayas con experiencia en la ejecución de contratos multilaterales

en su sector, con encuentros en los que estarán representantes de diversas entidades de financiación multilateral y organismos públicos beneficiarios de los contratos de licitación, que ofrecerán su punto de vista sobre la situación actual del país en su campo de actividad.

Argentina cuenta el apoyo de distintas Instituciones Financieras Multilaterales (IFM) para financiar proyectos de desarrollo, como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Corporación Andina de Fomento (CAF). Por su parte, Uruguay mantiene una estrecha relación con estos dos últimos organismos y también con Mercosur. Ambos países, como beneficia-

rios de los proyectos financiados por las IFM, presentan grandes posibilidades para las empresas de la Comunidad interesadas en internacionalizarse o acometer esta «exportación multilateral», según explican fuentes del Gobierno regional a través de un comunicado.

Colombia y Perú

ADEuropa viene organizando misiones de prospección a organismos multilaterales dentro de su estrategia para favorecer la participación de empresas regionales en licitaciones internacionales. Cabe destacar la que se realizó a Colombia y Perú el pasado mes de septiembre. Participaron ocho empresas pertenecientes a distintos sectores: consultoría, ingeniería, infraestructuras, energía, medio ambiente, salud, construcción, energías renovables, TIC y telecomunicaciones.

Estas acciones forman parte de la Estrategia Comercial con instituciones multilaterales que desarrolla ADEuropa en el marco del II Plan para la Internacionalización Empresarial de Castilla y León y en la que Perú y Colombia figuran como dos mercados prioritarios. Su finalidad es «fomentar e incrementar la participación de las firmas regionales en las licitaciones de los organismos multilaterales, que ofrecen grandes oportunidades de negocio, especialmente en este contexto de crisis económica», según fuentes de ADE.

Nuevos Mercados Estas acciones forman parte de la Estrategia Comercial que se enmarca en el II Plan para la Internacionalización



En septiembre se desarrolló una misión en Colombia y Perú

Se buscan pymes innovadoras

La Agencia de Inversiones y Servicios abre la convocatoria de subvenciones previstas en el Programa InnoEmpresa de apoyo a la innovación 2007-2011

J. GUTIÉRREZ
VALLADOLID

Subvención busca pymes innovadoras». No con estas palabras pero sí con esta intención, el BocyL publicó hace unos días la resolución de la Agencia de Inversiones y Servicios por la que aprueba la convocatoria de ayudas previstas en el programa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas 2007-2011, cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder).

Con una partida global de dos millones de euros, que podrá variar en función de la demanda real, podrán solicitar subvenciones aquellos proyectos que faciliten a las pymes la incorporación de nuevos modelos empresariales innovadores a través de la implantación de herramientas y soluciones software de gestión avanzada en las diferentes áreas de la empresa. Sería el caso, por ejemplo, de la organización de la producción, las relaciones con proveedores o clientes, la gestión medioambiental y la innovación en la eficiencia y en logística e integración de los sistemas de gestión empresarial.

Con este respaldo se podrán financiar las inversiones materiales e inmateriales precisas para implantar una determinada idea, llegando hasta el 20 por ciento de la cuantía total. También cubrirá las colaboraciones externas tales como consultoría o asesoría hasta el 50 por ciento. No obstante, en ninguno de los casos la cantidad podrá exceder los 25.000 euros. En todos los supuestos, este apoyo económico se dedicará en exclusiva a los gastos considerados subvencionables y en ningún momento la financiación superará el cien por cien del coste. El límite máximo se determinará tanto si la ayuda proviene de fuentes nacionales como si ha sido cofinanciada mediante Feder.

No podrán acogerse a esta convocatoria aquellas iniciativas basadas en aplicaciones para productos de pesca y acuicultura, actividades relacionadas con la exportación, ayudas subordinadas a la utilización preferente de productos nacionales respecto a importados, las ayudas estatales al carbón y a favor del sector del acero y propuestas en el ámbito de las fibras sintéticas. De la misma forma serán incompatibles con cualquier otra

subvención pública de la misma naturaleza.

Así, los beneficiarios podrán ser personas físicas o jurídicas que cuenten con uno o más empleados, perte-

necientes a los sectores de industria (incluida la agroalimentaria), construcción, turismo, comercio y servicios, siempre y cuando cumplan las condiciones para ser consideradas como pymes con ánimo de lucro. En las mismas condiciones, podrán concurrir los autónomos, las comunidades de bienes y sociedades civiles. En este sentido, quedarán excluidas las firmas que se encuentren inmersas en una situación de crisis.

Proyectos factibles

Para ser aceptados, los proyectos presentados tendrán que ser técnica, económica y financieramente factibles,

realizarse en un centro ubicado en Castilla y León.

Otro requisito indispensable será que la iniciativa esté completa, lo que quiere decir que aunque se pueda ampliar o mejorar, en el momento de la petición deberá ser totalmente suficiente para su empleo. Igualmente, la implantación de la herramienta o software tendrá que ser efectiva y operativa en el periodo de vigencia que se haya establecido en el documento de la concesión.

El plazo para la presentación de las solicitudes se cerrará el día 30 de junio de 2011. Para hacerlo vía telemática será necesario rellenar los formularios que están habilitados en internet desde la web www.ade.jcyl.es. La documentación se deberá aportar digitalizada como archivos anexos a la solicitud.



Carlos Moro, presidente de Vitartis, presentó la iniciativa en Valladolid

I+D+i

Las agroalimentarias hacen «diana» con la biotecnología

JULIA GUTIÉRREZ
VALLADOLID

¿Qué ocurre si se extraen los antioxidantes naturales de la uva, café, cereales y algas y después se mezclan? Con esta idea ha nacido «Primer Diana», un proyecto biotecnológico que nace con el planteamiento de «conseguir productos de futuro» a base de diseñar nuevos ingredientes que tengan aplicación en matrices cárnicas, lácteas, piensos para animales, pastas alimentarias o bebidas y refrescos. Así lo explicó durante su presen-

tación en Valladolid el presidente de la bodega Matarromera y de la Agrupación Empresarial Innovadora Vitartis, Carlos Moro.

En el desarrollo de «Primer Diana» confluirán las sinergias de seis empresas agroalimentarias y cinco centros de investigación de Castilla y León. Para poner en marcha esta iniciativa contarán con un porcentaje de subvención del 51,01% procedente de la Consejería de Economía de la Junta a través de ADE Inversiones, ya que el proyecto está cofinanciado

con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder).

Aunque de momento se han presupuestado 3,8 millones de euros, este esfuerzo inversor podría alcanzar los cinco millones en 2014, fecha prevista para que concluya la ejecución de Primer Diana. Bodega Matarromera, Productos Solubles (Prosol), Emilio Esteban, Hispanagar, Dibaq-Diprotég y Abrobiotec, todas ellas pertenecientes al cluster Vitartis y a la Asociación Empresa Familiar de Castilla y León (EFCL), asumirán este coste. Primer Diana arrancó en mayo de 2010 y hasta el momento su línea más avanzada es la del vino, ya que los trabajos vinculados a la utilización de polifenoles de las uvas en matrices cárnicas y lácteas están «bastante adelantados», avanzó el presidente de Vitartis.

Ade



**Parques Tecnológicos
y Empresariales**

Espacio INDUSTRIAL y TECNOLÓGICO para **empresas** competitivas

Ade Alquiler de espacios
Atracción de inversiones en I+D+I
35 millones m². Suelo económico a la medida de su empresa

© tramapublicidad.com



Tl.: 983 21 84 86
garmazmy@jcyll.es
www.adeparques.es



CASTILLA Y LEÓN