

Indra, a la conquista del New Space

La empresa apuesta por ambiciosos proyectos en este sector P.5



«España es clave en nuestra estrategia»

Entrevistamos a Eric Li, CEO de Huawei Technologies España P.8



El clima domina la preocupación empresarial

Alerta también ante la salud mental en el tercer año de pandemia. P.10



TU ECONOMÍA

Suplemento económico
semanal de LA RAZÓN
nº. 388-20/02/2022

Dinero & negocios



La revolución de la carne alternativa

El sector agroalimentario se alía con la tecnología para crear nuevos productos que satisfagan la creciente demanda de proteínas y lograr una producción más sostenible. Las «Foodtech» españolas están liderando proyectos de plant-based o de carne cultivada, entre otros P.2

Innovación

► El sector agroalimentario abraza la tecnología para satisfacer la demanda creciente de proteínas y en busca de una producción más sostenible. Las «Foodtech» españolas, a la vanguardia de la investigación

Carne 4.0, del laboratorio a la mesa

Cristina Ruiz. MADRID

La literatura de ciencia ficción ha presentado con frecuencia mundos distópicos en los que la Humanidad se alimenta a bases de hongos cultivados en contenedores, insectos e, incluso, animales producidos en laboratorios. Universos imaginarios que, sin embargo, actualmente no están tan lejos de hacerse realidad. Y es que el sector agroalimentario se enfrenta a no pocos desafíos, que se desprenden de posibles crisis alimentarias, ante una población mundial que no deja de crecer, y de los retos derivados de la sostenibilidad. Como consecuencia de ello, el sector ha abrazado la tecnología en busca de desarrollos que le permitan hacer frente a las nuevas demandas de la sociedad, y que están siendo especialmente relevantes en el campo de la investigación para obtener proteínas alternativas a las tradicionales que contiene la carne o los mariscos.

Cada año se producen más de 300 millones de toneladas de carne para el consumo por un valor de casi 1,4 billones de dólares. Sin embargo, la FAO estima que la demanda mundial de la misma aumentará en un 70% para 2050 (seremos 10.000 millones de personas), considerando, además, que los métodos actuales de producción no son sostenibles.

Las conocidas ya como «Foodtech» están dibujando un nuevo horizonte para que el sector pueda producir proteínas adicionales, a la vez que mejora el uso de recursos naturales como la tierra y el agua, buscando reducir la emisión de gases de efectos invernadero, perfilando de esta manera lo que ya es una revolución imparables en la industria agroalimentaria.

En los lineales de los supermercados, ya se puede encontrar varios

productos alternativos a la proteína de la carne tradicional. En este sentido, la consultora Bright Green Partners ha identificado cuatro opciones: productos plant-based, elaborados a partir de proteínas vegetales, como guisantes, garbanzos, quinoa o soja; los fermentados, confeccionados a partir de la fermentación de microorganismos, como los hongos, las bacterias y las levaduras; la carne cultivada en laboratorios, que crea productos basándose en células, sin necesidad de usar animales, y también los híbridos veganos, que son una combinación de los distintos puntos anteriores e, incluso, productos elaborados a base de harina de insectos, una de las grandes fuentes de proteínas en el futuro.

En España, el mercado de la carne mueve unos 27.000 millones de euros al año, de los que aproximadamente cien millones corresponden a estas alternativas. Zycular Foods nació hace dos años después de que sus responsables identificaran un nicho de mercado que demandaba este tipo de productos. En su planta BRM Protein Site, a las puertas del Montseny, en Barcelona (la única certificada por el Food Valley en el Sur de Europa, un clúster de empresas internacionales que tratan de generar sinergias entre empresas innovadoras en el campo de la alimentación), investiga y desarrolla fuentes de proteínas alternativas. Actualmente, Zycular Foods comercializa bajo su marca Amara productos de plant-based. También distribuyen

Beyond Meat y los alimentos de micoproteína de Quorn en exclusiva en España, además de desarrollar productos para terceros. Desde la compañía apuntan a que están atentos a todas las innovaciones del sector para incorporarlas cuando sea preciso. «A día de hoy, las proteínas vegetales y



Cifras
Un sector que crece

21.000

millones de euros podría alcanzar el negocio de la carne cultivada en 2030

220%

aumentaron en 2021 las inversiones en «Foodtech» españolas

Las empresas han apostado por desarrollar productos alternativos a la carne tradicional

El informe «Cultivated meat: Out of the lab, into the frying pan» («Carne cultivada: del laboratorio a la sartén»), elaborado por McKinsey, calcula que solo el mercado de la carne cultivada podría alcanzar los 25.000 millones de dólares (21.000 millones de euros) al final de la década, llegando a producir 2,1 millones de toneladas, lo que representa el 0,5% del volumen total consumido en el mundo. Otros estudios, como el informe de IDTechEx «Cultured Meat 2021-2041», van más allá y hablan de que en 2030 la cuota de mercado de esta carne de laboratorio, producida a partir de células de animales vivos, alcanzará el 30%. El interés que despierta esta industria también se evidencia en el hecho de que, desde 2015, se han recaudado más de 600 millones de dólares en financiación, pasando de tan solo cinco empresas dedicadas a investigar y desarrollar carne celular a medio centenar.

Lo que hasta hace poco tiempo se encontraba en el ámbito de los laboratorios, hoy está más cerca que nunca de llegar a la mesa. De hecho, los clientes del restaurante 1880 de Singapur ya pueden degustar unos «nuggets» de pollo elaborados con carne celular. El país asiático se ha convertido así en el primero en el mundo en autorizar este tipo de productos, algo que, en breve, también podrían regular las autoridades de Estados Unidos, donde la startup Eat Just está liderando el desarrollo de esta carne

las micoproteínas (derivadas de hongos) ya constituyen un mercado real. Sin embargo, la investigación va más allá, con el desarrollo de productos elaborados a base de harinas de insectos, fermentaciones o carnes celulares», explica Santiago Aliaga, CEO de Zycular Foods.



Imagen del laboratorio de BioTech Foods en su sede de San Sebastián



El capital ya se está invirtiendo, pero aún quedan muchos retos, empezando por la regulación»

El desarrollo de proteínas alternativas es tan necesario como el uso de renovables»

Santiago Aliaga/ Ínigo Charola
CEO Zycular Foods/ CEO BioTech Foods

real 4.0. Y es que, bajo un microscopio, el tejido cárnico que lo compone es indistinguible del que proviene de una vaca, un cerdo o un pollo. Israel es otro país en el que se espera se aceleren los procesos de aprobación, y donde la compañía Future Meat Technologies ya ha inaugurado la primera planta de carne cultivada a escala industrial.

Pero no hay que ir tan lejos para encontrar carne cultivada. En San Sebastián, BioTech Foods está aplicando la ingeniería de tejidos, utilizada tradicionalmente en medicina, al campo de la alimentación. La compañía nació en 2017 tras un estudio de viabilidad económico y técnico sobre las necesidades de fuentes alternativas de proteínas para responder a un problema mundial, como la necesidad de establecer un sistema alimentario más equilibrado que el actual.

«En BioTech Foods, trabajamos en el cultivo de células de animales para producir proteína de carne saludable y de alto valor biológico, de una manera eficiente y sin necesidad de sacrificio animal. Para conseguir un sistema alimentario

más equilibrado, necesitamos buscar alternativas que hagan un uso más eficiente de los recursos a través de la ciencia y la innovación. Su desarrollo es tan necesario como el uso de renovables para reducir la huella de carbono», expone Ínigo Charola, CEO de la compañía.

Recientemente, BioTech Foods ha llegado a un acuerdo con JBS (se ha hecho con una participación por valor de 36 millones de euros), de manera que las dos empresas han unido sus fuerzas para impulsar el desarrollo de carne cultivada en el mercado. De esta forma, JBS tendrá acceso a las tecnologías y producción de BioTech, y ésta tendrá la capacidad industrial, la estructura de comercialización y los canales de venta de JBS, el mayor productor de carne del mundo, para hacer llegar sus productos a más de 190 países. Además, esta alianza permitirá construir la primera planta de producción de carne cultivada a base de proteínas de España y una de las primeras del mundo (solo EE UU, Holanda e Israel están desarrollando instalaciones similares).

«La alianza con JBS sitúa a BioTech entre los cuatro proyectos de mayor dimensión del mundo. España es una potencia en el sector de la alimentación y tener capacidad de desarrollar esta tecnología será un paso decisivo para afianzar el liderazgo», añade Charola. Y es que el «Foodtech» español es el quinto con mayor inversión de Europa (695 millones en 2021), tras Alemania, Reino Unido, Francia y Países Bajos, unos fondos que han aumentado un 220% con respecto a 2020 y un 101% en relación a 2019.

BioTech Foods ha recibido una financiación de 2,7 millones de la Comisión Europea para su proyecto Meat4All, y lidera la parte tecnológica de Culturedmeat, una iniciativa de ocho compañías subvencionadas por el Ministerio de Ciencia, a través del CDTI, con 3,7 millones para desarrollo de productos cárnicos más saludables. En el proyecto también participan Argaly y Martínez Somalo, que se encargaría de los productos finales; Neoalgae, BTSA, BDI Biotech, como proveedores de los nutrientes para el desarrollo celular, y DMC Research y Agrowingdata, consultora de bigdata.

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Para Martínez Somalo, es muy importante formar parte de este proyecto, ya que fuentes de la compañía pronostican que la carne cultivada va a suponer una verdadera revolución para el sector, aunque convivirá con la carne de elaboración tradicional. Pese a los avances, aún habrá que esperar un tiempo para que la carne celular llegue a las mesas españolas, especialmente por un tema de regulación, aunque también de precio. «Los países asiá-

ticos van un paso por delante, pero por una cuestión de necesidad, debido al crecimiento acelerado de sus poblaciones. Por ello, son los más proclives a adaptar estos productos a sus leyes. El capital ya se está invirtiendo y hay vientos que soplan a favor de este tipo de proteínas, pero aún quedan muchos retos para que sea una alternativa, empezando por la propia regulación. Además, actualmente, las producciones son muy pequeñas, por lo que el precio no es nada competitivo. Sí que es cierto que el clien-

La carne cultivada se menciona explícitamente en el Reglamento de la UE sobre «Novel Food»

te está cada vez más concienciado por su salud, el medioambiente y el bienestar animal, pero los cambios llevan su tiempo», destaca Aliaga.

La UE tiene una de las vías de regulación mejor definidas del mundo, ya que la carne cultivada se menciona explícitamente en el «Reglamento sobre nuevos alimentos» o «Novel Food». Según ha explicado a LA RAZÓN la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés), el organismo europeo no ha recibido ningún tipo de pe-

tición para comercializar esta variante de carne en la UE, por lo que es difícil vaticinar cuándo puede convertirse en una realidad cotidiana en los hogares de los Veintisiete, informa Mirentxu Arroqui. De momento, la Comisión ha financiado con dos millones de euros de los fondos Next Generation un proyecto de Nutreco en colaboración con Mosa Meat.

Pese a los plazos, lo que está claro es que es solo cuestión de tiempo que la carne cultivada dé el salto del laboratorio a la mesa.



MOSA MEAT

Mark Post, director científico de Mosa Meat y creador de la primera hamburguesa celular

difícil comprometerse con un marco de tiempo particular porque todavía hay algunas incógnitas científicas y varios factores fuera de su control, empezando por el proceso regulatorio de un sector tan sensible. «La primera introducción probablemente será a pequeña escala, aunque nuestro objetivo es estar ampliamente disponibles en restaurantes y supermercados», apostillan.

Sin sacrificio

Post creó la hamburguesa a partir de las células madre extraídas de los músculos del animal, recolectadas mediante biopsia (causándole por tanto un daño mínimo) para, después, reproducirlas de manera controlada, creciendo y formando un nuevo tejido muscular. «Si queremos proporcionar carne a la creciente población humana, necesitamos un método de producción más eficiente. Además, el ganado contribuye significativamente al calentamiento global a través de la liberación descontrolada de metano, un gas de efecto invernadero entre 20 y 30 veces más potente que el dióxido de carbono. Se prevé que la producción de carne cultivada podría generar emisiones de gases de efecto invernadero significativamente más bajas, ayudando a evitar las desastrosas consecuencias del cambio climático», apuntan los responsables.

«Además, la carne cultivada podría contribuir a resolver la próxima crisis alimentaria sin tener que sacrificar a miles de millones de animales para alimento cada año. La carne y los mariscos cultivados se pueden hacer a partir de una pequeña muestra de células sin necesidad de matarlos», concluyen desde Mosa Meat.

C. R. MADRID

El profesor de Fisiología Vascular de la Universidad de Maastricht Mark Post presentó en 2013 la primera hamburguesa de laboratorio, la cual se generó directamente a partir de las células de la vaca, en lugar de criar y sacrificar un animal completo. Fue el resultado de años de investigación y el coste de producirla ascendió a 250.000 euros. El proyecto fue financiado por Sergey Brin, cofundador de Google, y, tras su éxito, se creó Mosa Meat, una compañía de la que Post es el director científico y en la que ha invertido el propio Leonardo DiCaprio, para comercializar esta carne cultivada a un precio competitivo.

«El propósito de la hamburguesa que presentamos en 2013 era

Presentación en el mercado en dos años

► Mosa Meat es la creadora de la primera hamburguesa celular

mostrar que la ciencia es realmente posible. Pero el producto no era perfecto y su coste de producción era prohibitivo. Por este motivo, desde 2013, venimos trabajando intensamente en I+D con dos focos. En primer lugar, hemos estado mejorando el producto. Por ejemplo, la hamburguesa de 2013 no contenía grasa (que es importante para el sabor y la textura), por lo que hemos estado trabajando para agregarla. En segundo lugar, hemos estado trabajando en cómo pasar de la escala de laboratorio a un proceso industrial que, en última instancia, pueda producir

hamburguesas a precios competitivos en el mercado (y sin usar componentes derivados de animales en el proceso de producción, excepto las células iniciales). Paralelamente, hemos hecho crecer la empresa de solo dos fundadores a un equipo internacional formado por más de 80 científicos, ingenieros y desarrolladores de negocios», asegura un responsable de Mosa Meat.

La compañía se ha marcado como objetivo realizar una primera introducción en el mercado en los próximos dos años, aunque sus directivos reconocen que es muy

T.E. MADRID

En menos de doce meses, Indra ha puesto en marcha una nueva empresa espacial, Startical, y entrado en el capital de otra, Sateiot, dando un paso adelante para convertirse en uno de los grandes líderes del New Space en España. Por otro lado, el próximo miércoles arranca en Málaga el Spanish Small Satellite International Forum (SSSIF), un encuentro apadrinado por Indra y que reúne a emprendedores y principales startups del nuevo espacio.

El encuentro llega en un momento dulce, en el que estas empresas han demostrado capacidad para modernizar sectores completos de nuestra economía, que van desde el transporte y las comunicaciones, hasta la agricultura de precisión o la defensa. «Los satélites de pequeño tamaño no tienen rival a la hora de ofrecer conectividad global o de recoger datos o imágenes de cualquier punto del planeta y distribuirlos en tiempo real», señalan desde Indra.

Se trata de capacidades críticas para la transformación digital de las empresas y para asegurar su competitividad y sostenibilidad en los próximos años. Resultan imprescindibles además para reforzar la resiliencia de la economía y cumplir con la agenda verde y objetivos de descarbonización.

Desde la compañía apuntan que «esta realidad está llevando a que cada vez más empresas privadas demanden servicios basados en datos o tecnologías espaciales y que incluso construyan sus modelos de negocio en torno a ellas».

Este es el caso de la empresa Startical que Indra ha creado junto a ENAIRE. La tecnológica ha entendido que la única forma de prestar un servicio de navegación aérea de cobertura global realmente eficiente es llevando una plataforma de gestión del tráfico aéreo al espacio. Está desplegando para ello una constelación de 240 satélites con la que, por primera vez en la historia, se ofrecerán servicios de vigilancia y comunicaciones en cualquier punto del globo para gestionar el tráfico aéreo. Cubrirá grandes zonas oceánicas y regiones remotas a las que la infraestructura terrestre convencional no llega.

Para Indra, la nueva constelación llevará la seguridad aérea a un nuevo nivel. «Permitirá gestionar más tráfico, con más puntualidad, y reducirá las emisiones de CO₂ en 13 millones de toneladas al año, según las estimaciones más conservadoras».

Indra da un paso adelante para liderar el New Space en España

► El miércoles arranca en Málaga el Spanish Small Satellite International Forum, que reúne a emprendedores del sector

En paralelo, Indra ha entrado recientemente en el capital de la empresa española Sateiot. Respaldada con ello un proyecto que plantea el despliegue de una constelación de 100 satélites que facilitará que millones de dispositivos y sensores se puedan conectar entre ellos. «Acelerará el desarrollo de un Internet de las Cosas con cobertura global 5G que prestará todo tipo de servicios a empresas de todos los ámbitos», subrayan.

Tecnología espacial

Para Indra, la tecnología espacial tiene un fuerte carácter dual. Europa ha puesto en marcha recientemente grandes programas de I+D espaciales en los que Indra es uno de los socios clave. Destacan entre ellos los dirigidos a desarrollar capacidades para vigilar y proteger los satélites que están en órbita. En este terreno, Indra ya ha puesto en operación un radar ca-

paz de detectar objetos de tamaño reducido orbitando a 2.000 kilómetros sobre la Tierra y se prepara para asumir un gran protagonismo en el desarrollo de estas infraestructuras en el futuro.

«En Indra queremos aprovechar nuestra presencia en todos estos programas punteros para actuar

Ha puesto en marcha Startical y ha entrado en el capital de Sateiot en los últimos doce meses

Cada vez más empresas privadas demandan servicios basados en tecnologías espaciales

como empresa tractora del sector del New Space, incorporando a startups, centros de investigación y emprendedores a grandes programas y facilitando así la industrialización del sector», subrayan.

Este propósito viene avalado por una experiencia de más de 30 años en el sector, trabajando con la Agencia Espacial Europea (ESA), la Organización Europea para la Explotación de Satélites Meteorológicos (EUMETSAT), Ministerios de Defensa y grandes empresas de telecomunicaciones como Hispasat o Eutelsat. Indra es, por otra parte, uno de los grandes líderes tecnológicos europeos, con proyectos en 160 países en todos los sectores de la economía –desde la Sanidad o el sector financiero hasta el transporte o la energía, entre otros–.

«Este conocimiento profundo del negocio de nuestros clientes es el que nos permite apostar por ini-

ciativas espaciales innovadoras, pero respaldadas por planes de negocio sólidos con un horizonte de ingresos claro», subrayan.

El objetivo de Indra es que el tejido industrial español gane peso en los segmentos tecnológicamente avanzados, aquellos que ofrecen mayor valor añadido y son más rentables. Cada euro que se invierte en Espacio proporciona según las últimas estimaciones hasta seis euros de retorno. «Creemos que Startical o Sateiot son proyectos que sientan las bases para lograr este objetivo. Son constelaciones de “nueva generación”, que se renuevan completamente cada cinco o diez años y que podrían garantizar un flujo de trabajo constante a un buen número de empresas», explican desde la compañía.

Para Indra, estos proyectos de sello español se enmarcan a su vez dentro de un escenario de fuerte demanda. Por una parte, la Unión Europea quiere convertir el continente en una de las economías digitalizadas más avanzadas del planeta y, por primera vez en su historia, ha reservado partidas específicas dentro del Programa Espacial Europeo para impulsar el New Space, demostrando su interés por este ámbito. Por otro lado, en los próximos años se lanzará un enorme número de satélites; si en la actualidad hay operativos unos 2.600 satélites, se calcula que en 2024 habrá más de 8.000.



Indra ha puesto en operación un radar capaz de detectar objetos de tamaño reducido orbitando a 2.000 kilómetros sobre la Tierra

INDRA

Opinión



Ignacio Rodríguez Burgos

Los impuestos de la discordia

La Reforma Fiscal de Unidas Podemos ha caído con estrépito en el Parlamento. Los diputados del Partido Socialista sumaron sus votos a los de Ciudadanos, Partido Popular y Vox.

El PSOE no se ha equivocado como sí lo hizo el diputado popular Alberto Casero en la Reforma Laboral. Los socialistas votaron con plena conciencia y cerraron una alianza coyuntural y sorprendente con la derecha en el terreno de los impuestos, donde las distancias están tan alejadas como Ícaro.

El PSOE tenía muy claro que votaría en contra de su socio gubernamental y de los partidos que auparon a Pedro Sánchez a La Moncloa. Una raya en la arena.

El principal partido del Gobierno no acepta la iniciativa de sus socios en la Moncloa cuando se trata de los nudos gordianos que atan la ayuda comunitaria a España. Un nudo estratégico es la política fiscal, los otros: la Reforma Laboral de Yolanda Díaz, tamizada por Economía, y la Reforma de las pensiones que espera la supervisión de los hombres de negro europeos. La situación política está para pocos juegos, como en los viejos tugurios.

La lealtad al socio de coalición o al compañero de partido es algo preciado y raro como el osmio, el metal precioso más escaso del mundo. La formación morada decidió alzar la voz y no esperar al proyecto que elabora Hacienda.

Querían demostrar que ellos, sin dudarlo, si que subirían los impuestos a los ricos egoístas, a las enchufadas energéticas y a la impopular banca.

El PSOE, por ahora, rechaza el envite, pero no porque esté radicalmente en contra, sino porque, en realidad, desea dirigirlo él.

Nombramientos



► **STEWART ROBINSON**
Nomura ha anunciado su nombramiento como Managing Director, Head of EMEA Debt Advisory. En este puesto de nueva creación, reportará a Guy Hayward-Cole



► **JAVIER ZOIDO**
Liderará el negocio de Valuation Advisory Services del proveedor de datos Kroll para la región de Latinoamérica, al mismo tiempo que continuará ejerciendo dicho cargo para Iberia



► **SANDRA CARLISLE**
Será la responsable, a partir de ahora, de la recién creada división de Sostenibilidad Corporativa de Jupiter AM, dirigiendo la estructura y la estrategia en esta área de toda la organización



► **LAURA HINES-PIERCE**
Hines, firma internacional de Real Estate, la ha ascendido a nueva coCEO de la compañía, cargo que compartirá con Jeff Hines, avanzando así en el plan de sucesión de la compañía



► **EMILIO DE BENITO**
LLYC refuerza su apuesta por el área de Healthcare Europa con su incorporación como Senior Advisor especialista en Salud. El nuevo fichaje aporta la amplia experiencia que tiene en el sector



► **CRISTIÁN GUZMÁN**
MVG, compañía especializada en Property Management, consolida su apuesta por la sostenibilidad con su nombramiento como ESG and Sustainability Lead para Europa



► **PAUL KNEGTEN**
Desempeñará, desde este momento, el puesto de Chief Marketing Officer de Outbrain, un cargo de nueva creación con el objetivo de reforzar los planes en esta área de la empresa



► **FRANCISCO CONCEJO**
Espirea, empresa de servicios de construcción española, lo ha nombrado nuevo director de Desarrollo para reforzar el crecimiento de la empresa nacional e internacionalmente

Libros



«La vacuna»
Joe Miller
DEUSTO
320 páginas, 19,95 euros

Escrito por Joe Miller, corresponsal del «Financial Times» en Fráncfort que cubrió en directo el proyecto de BioNTech, reúne entrevistas con más de sesenta científicos, políticos, funcionarios de salud pública y personal de BioNTech.



«Superahoradores»
R. Gracia/ D. Gracia
ALIENTA
232 páginas, 14,95 euros

Los autores han comprobado en sus múltiples formaciones que la mayoría de la gente no tiene ni el conocimiento ni la mentalidad ni las herramientas necesarias para ahorrar e invertir con éxito, y se han propuesto compartir su sabiduría.



«Energía Eólica»
Isabel Cristina Gil
CEF
208 páginas, 31,50 euros

Los diferentes capítulos de esta obra parten de la base del sector eólico: situación actual, proyección de futuro y asociaciones implicadas. A continuación, se analizan en profundidad las características de los recursos eólicos, sus indicadores y la tecnología.



«De las "punto com" al Bitcoin y las "meme stocks"»
Manuel López
GESTIÓN 2000
272 páginas, 16,95 euros

El libro hace un recorrido por los hitos concretos que se han producido en los últimos años, aportando un análisis y proponiendo soluciones alternativas. Una lectura esencial que explica cómo las cosas han cambiado para no ser ya nunca más como antes.

Opinión



Javier Morillas

Un valor real

Statista es una base de datos e indicadores de 170 sectores, de más de 150 países y estadísticas, también de acceso y uso desde universidades y centros de análisis. Uno de sus trabajos ha venido a valorar lo que la Corona británica, como institución, genera en publicidad e imagen-país. Para sus empresas y ciudadanos, ya en forma de continuidad histórica, estabilidad institucional, prestigio, inspiración de alto nivel, atracción mediática o turística. Y el valor de la marca compite con las grandes empresas multinacionales. Superior a firmas automovilísticas como Mercedes-Benz, o Volkswagen-Seat; petroleras potentes como Royal Dutch Shell, o Repsol; bancos globales, como Santander o Barclays; firmas aeronáuticas como Airbus o Boeing; o empresas no financieras como Coca-Cola, o Zara. Estando solo por detrás de las modernas tecnológicas como Facebook, Amazon, Google, y Apple, en quinto lugar. Especialistas de Brand Finance valoran la marca de su Casa Real en más de 84.000 millones de euros. E Isabel II añade su fortuna personal de más de 335 millones, en obras de arte, joyas, sellos, tierras, palacios, y otros activos mobiliarios e inmobiliarios. Con unas de las caras más mundialmente conocidas.

En España, lamentablemente, algunos insisten en erosionar la Corona y la Casa Real. Internacionalmente conocida, políticamente apreciada, extraordinariamente valiosa y reconocible hasta bien entrado el siglo XXI. No ganamos desprestigiando al Rey padre, Juan Carlos I, el valor -aun con sus errores finales- de los intangibles aportados durante su reinado es un patrimonio que todos debíamos preservar.

10,9%

▲ **La deuda de los bancos españoles** con el Banco Central Europeo (BCE) se situó en 289.689 millones de euros en enero, lo que supone un incremento del 10,9% respecto a la cifra del mismo mes del año anterior

50%

▼ **Los destinos turísticos españoles** registraron de media una caída del 50% de sus ingresos agregados en 2021, con un 31,9% de la planta hotelera cerrada como consecuencia de la pandemia, según Exceltur

En Mayúsculas



► **CONNIE HEDEGAARD**
El Consejo de Administración de BBVA ha incorporado a la excomisaria europea, con lo que eleva la representación de mujeres al 40%. Su nombramiento será ratificado en su próxima Junta General de Accionistas



► **JOSÉ LUIS BONET**
El presidente de la Cámara de Comercio de España se ha mostrado convencido de que los fondos Next Generation se utilizarán correctamente y ha destacado el papel del sistema camerale



► **MARÍA A. BLASCO**
La directora del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas será investida próximamente Doctora Honoris Causa por la Universidad Internacional de Valencia



► **FILIFE RAMOS**
El director general de Saint-Gobain Placo, Isover y Transformados es el nuevo presidente del Observatorio Español de Economía Circular del Club de Excelencia en Sostenibilidad

Opinión

45 Líneas



José Antonio Vera

Temor en los mercados

El escenario de guerra en Ucrania hizo esta semana temblar a los mercados. La desestabilización es un mal negocio para la Bolsa, y no digamos ya para los precios del petróleo, el gas y la electricidad. Se dice que este conflicto será nefasto para Rusia, y es verdad, pues las sanciones de Occidente golpearán de lleno a su población. De todas formas, Moscú lleva ya ocho años, desde 2014, sometido al bloqueo comercial de los países de la OTAN, por lo que no será una gran novedad para el Kremlin y sus súbditos, salvo que se vea afectado el gas. Estaremos en ese caso ante un escenario

muy diferente, aunque escasamente probable. Europa depende demasiado del gas ruso como para dejar de comprarlo: tendría consecuencias calamitosas para Alemania, Hungría, Polonia y subsidiariamente para el resto. España no se verá libre de consecuencias negativas. El hecho de que Ucrania nos quede lejos no quiere decir que no tengamos intercambios comerciales. Ya con el embargo de 2014, Putin decretó represalias recíprocas para productos europeos, que en nuestro caso afectó a las exportaciones de frutas, hortalizas y carnes. El jamón ibérico, muy apreciado en aquellas tierras, dejó de venderse en un mercado que afecta nada menos que a 140 millones de personas. Ahora el sector agroalimentario español teme por el aceite de oliva, la aceituna de mesa y el vino, tres productos bandera de España que se libraron de las restricciones de 2014.

El conflicto no es bueno para nadie. Sin rebajar la responsabilidad de Putin, cabe preguntarse también si la OTAN hace lo posible por evitarlo.



26 FEBRERO 2022

Jornada de Puertas Abiertas

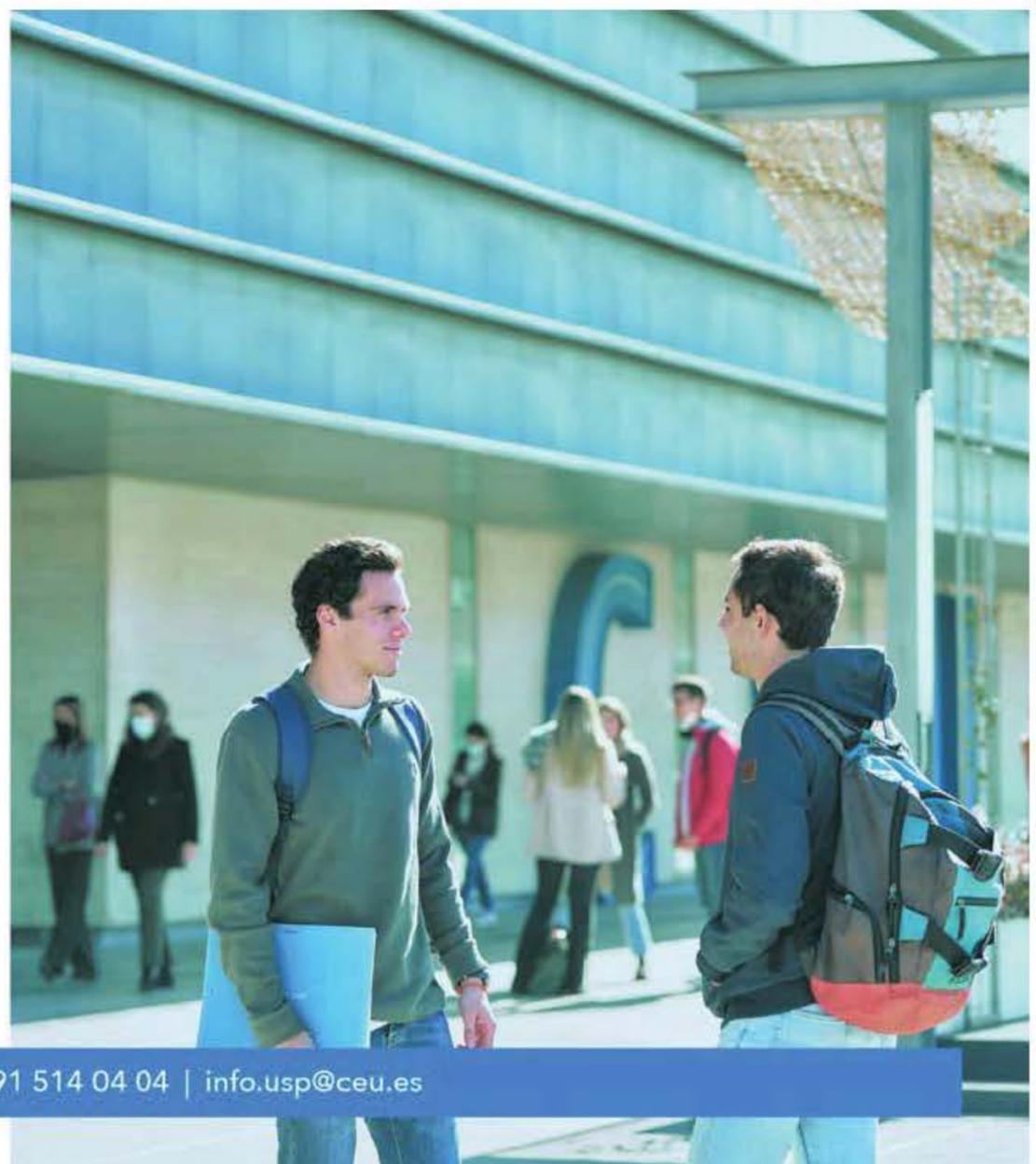
¡Ven a conocernos!

El próximo sábado **26 de febrero** a las **11:00 h.** abrimos las puertas de nuestras seis facultades, situadas en nuestros dos campus, Montepíncipe y Moncloa, para que conozcas de primera mano todo lo que pueden ofrecerte.

¡Apúntate aquí!



www.uspceu.com | 91 514 04 04 | info.usp@ceu.es



«Es esencial mantener un marco regulatorio transparente que favorezca la competencia»

Eric Li

CEO de Huawei Technologies España

Asegura que su compañía mantiene el compromiso de convertir a España en uno de los principales enclaves tecnológicos de Europa y apostar e impulsar el talento



J. A. Alonso. MADRID

Eric Li es un hombre de empresa, en el sentido más tradicional del término. En este caso de Huawei, compañía a la que lleva vinculado desde el año 2000. Desde entonces ha alternado a la par puestos de responsabilidad y países por medio mundo, desde China a Sudáfrica, Estados Unidos y Canadá, su anterior destino antes

de recalcar en España el pasado mes de julio. Aquí, como CEO, no lo tendrá fácil, con una economía que trata de salir de la pandemia y con el veto de EE UU a su compañía todavía constriñendo su desarrollo, pero está convencido de que Huawei Technologies España tiene mucho que aportar a la modernización de nuestro país en sectores como el «cloud», el 5G o la Inteligencia Artificial.

-En medio aún de una crisis sani-

taria y económica, estamos a las puertas de una nueva edición del Mobile World Congress. ¿Cómo lo afrontan los grandes del sector y Huawei en particular?

Estos últimos años, hemos tenido que hacer frente a numerosos retos derivados de la situación de pandemia y la crisis económica mundial que estamos viviendo, entre otros factores, todo ello englobado dentro de un contexto geopolítico complicado. Estos factores están

suponiendo un punto de inflexión –y de aceleración– en las necesidades digitales de todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo ciudadanos, empresas y administraciones. Por esta razón, en Huawei consideramos que la presente edición del Mobile World Congress, el evento tecnológico más relevante del mundo, es clave en estos momentos para nuestra industria y el mercado en general, ya que nos brinda una extraordinaria oportunidad de mostrar todas las tecno-

logías e innovaciones que van a ayudar a lograr una sociedad más avanzada y, en definitiva, un mundo mejor y más sostenible. En este sentido, Huawei acude al MWC con mucha fuerza e ilusión, y con el deseo de mostrar el esfuerzo y capacidad de innovación que nos sitúan hoy como una de las diez marcas más valiosas para este año (según el informe Brand Finance Global5002022), así como de intercambiar experiencias e impresiones con los asistentes a este evento.

ALBERTO R. ROLDÁN

2022, en Huawei, bajo el lema central «Lighting up the Future», que-remos mostrar las soluciones que estamos desarrollando para lograr un mundo más inteligente, digital y sostenible. En el campo del consumo, descubriremos los ecosistemas de producto de Huawei, dirigidos a los distintos escenarios de uso cotidiano en los que estamos trabajando y con especial foco en el entorno de Smart Office. El objetivo es proporcionar una experiencia totalmente integrada de la tecnología cuando las personas las utilizan en su vida diaria. Otro de los aspectos estratégicos para Huawei, y que será uno de sus centrales del MWC, son los desarrollos en el ámbito de las redes 5G, que no solo revolucionarán las comunicaciones, sino que serán un motor clave de la economía global. En este sentido, en Huawei estamos invirtiendo e innovando de forma continua, a fin de promover nuevas aplicaciones y contribuir a la generación de nuevos modelos de negocio. Durante el evento daremos a conocer algunas de estas prácticas empresariales y casos de éxito que ponen de manifiesto el gran potencial y valor de las redes 5G. Igualmente, en Huawei hemos potenciado nuestra actividad en el ámbito de la eficiencia energética y las cero emisiones a través de nuestra división de Digital Power. En este ámbito, mostraremos las soluciones integrales que estamos desarrollando para ayudar a las operadoras y empresas de distintos sectores a abordar cuestiones como la conservación de energía, reducción de emisiones y desarrollo sostenible, y orientar la creación de estándares industriales. Nuestro objetivo es contribuir a que las industrias logren un desarrollo económico sostenible a través de las tecnologías TIC.

- Usted ha llegado a España justo cuando se cumplen los 20 años de la presencia de Huawei en nuestro país. ¿Qué papel juega España dentro de la estrategia europea de Huawei?

En 2021, coincidiendo con el 20 aniversario de Huawei en España, hemos puesto en marcha en Madrid nuestro nuevo centro de servicios y apoyo europeo para dar soporte técnico a los principales operadores de telecomunicación en diez países de la región. El hecho es que España es un mercado clave para nuestra compañía, no solo en Europa, sino también desde un punto de vista global. Además, fue el país con el que comenzó la expansión geográfica de Huawei en Europa. La inauguración de este nuevo centro, que contó con la presencia de la presidenta de la Comu-

nidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, está en línea con el compromiso mostrado por nuestra compañía a lo largo de estas dos décadas de convertir a España en uno de los principales enclaves tecnológicos en Europa, así como con su apuesta e impulso al talento y las capacidades digitales de los profesionales en el país.

- ¿Qué espera o para qué cree que debe servir la agenda España Digital 2025? ¿Qué puede aportar su compañía?

El Plan Agenda España Digital 2025 es el eje estratégico del gobierno desde el cual se quiere impulsar el proceso de transformación digital de España. A través de la colaboración público-privada y con la participación de los diferentes agentes industriales y sociales se pretende



«España es clave para nosotros no solo en Europa, sino también desde un punto de vista global»

«Llevamos más de 20 años acompañando a las administraciones y los operadores en el despliegue de redes»

«Gana importancia en nuestra estrategia el ámbito fotovoltaico, la movilidad eléctrica y los data centers»

«Nuestro ecosistema móvil ya es el tercero a nivel mundial, con más de 730 millones de usuarios al mes»

relanzar la recuperación económica, aumentar la productividad y reducir la desigualdad. Para lograr este punto de madurez digital será necesario llevar la conectividad a todo el territorio. En concreto, el plan establece que para el año 2025 el 100% de la población tenga una conexión de, al menos, 100 Mbps. Para ello, Huawei seguirá aportando la mejor tecnología de vanguardia en infraestructuras de telecomunicación. Llevamos más de 20

años acompañando a los operadores y a las administraciones en el despliegue de redes y seguiremos manteniendo nuestra firme apuesta por convertir a España en un país referente en digitalización. Hay que señalar que nuestro país ya se encuentra entre los líderes de Europa en materia de conectividad. Según el último informe DESI, elaborado por la Comisión Europea, España ocupa el tercer puesto en materia de conectividad dentro de la UE. No obstante, entre los puntos a mejorar se destaca la diferencia en la cobertura entre las zonas rurales y urbanas. Eliminar esas pequeñas lagunas de conectividad es lo que permitirá a España vertebrar todo el territorio y cerrar la brecha digital. Otro de los puntos claves del Plan Agenda Digital 2025 en materia de conectividad es el 5G. Esta tecnología supondrá una revolución en todos los niveles de la sociedad, sin embargo, es el entorno industrial el que ya está notando los efectos de las redes de quinta generación. Los beneficios del 5G llegarán gracias a la creación de nuevos modelos y servicios de negocio, es ahí donde entra la colaboración entre los sectores TIC e industrial. En este aspecto, también hay que destacar a España como referente europeo, ya que estamos a la cabeza del continente en uso de 5G. Desde Huawei estamos muy orgullosos de participar en los tres principales proyectos Piloto 5G de España –promovidos por Red.es–. Estos proyectos se realizan en Valencia, Galicia y Andalucía, de la mano de los principales operadores, y se desarrollan en ámbitos que van desde la telemedicina, ciudades inteligentes, turismo, o robótica de emergencias. Que España siga contando con un marco regulatorio transparente, que favorezca la competencia y la participación de los líderes en tecnologías de la información con certidumbre para los inversores será fundamental para mantener la posición de liderazgo mundial en conectividad de banda ancha. Otra clave para la digitalización son los data centers (de los que se compone la nube). Huawei está invirtiendo muchos esfuerzos en convertirse en uno de los pilares de la eficiencia energética de estos centros electro intensivos en España haciendo que la nube no solo llegue a todas las empresas, sino que lo haga de manera sostenible.

- La crisis provocada por la pandemia y el veto de Estados Unidos han afectado a los resultados de su compañía en todo el mundo, también en España. ¿Qué estrategia está siguiendo para contrarrestarlo y crecer?

Como señalaba antes, tanto la pandemia como la situación geopolítica actual han provocado un entorno comercial y económico más complejo. Es ahí donde el liderazgo en innovación de Huawei y su gran apuesta por las nuevas tecnologías entra en escena. En este sentido, la estrategia sigue siendo la misma: proporcionar a las diferentes industrias, empresas y administraciones las mejores soluciones de redes inteligentes, desarrollos de centros de datos, IA... También cobra cada vez más importancia en nuestra estrategia global y local la vertical de la energía digital especialmente en el ámbito fotovoltaico, así como la movilidad eléctrica y los data centers. Podemos hablar de muchos proyectos o ámbitos concretos, no obstante, la visión de futuro de Huawei está clara: continuar apostando, e invirtiendo, en la mejor tecnología. Prueba de ello es que el Cuadro de Indicadores de Inversión en I+D (2021 EU Industrial R&D Investment Scoreboard), que la Unión Europea elabora cada año, sitúa a Huawei como la segunda compañía en inversión global en I+D de todo el mundo.

- Fruto de ese veto es el HMS (Huawei Mobile Services), su ecosistema de servicios móviles alternativo al todopoderoso de Google. ¿Puede decirnos cómo está siendo su implantación?

La creación de nuestro propio ecosistema ha sido uno de los mayores retos a los que nos hemos enfrentado en estos últimos años. Gracias a la labor de nuestros equipos de desarrollo y nuestro compromiso por ofrecer productos y servicios de primera calidad, hemos podido mostrar nuestra capacidad de resiliencia y crear el ecosistema de Huawei Mobile Services, con muy buenos resultados. De hecho, en este último año se ha producido un fuerte crecimiento, hasta consolidarse como el tercer ecosistema móvil a nivel global. En concreto, HMS cuenta con una base creciente de más de 730 millones de usuarios activos mensuales, además, señalar que más de cinco millones de desarrolladores están registrados en la plataforma.

Entre los servicios clave que han hecho posible estos resultados destacan AppGallery o Petal Search. Por su parte, AppGallery, la tienda de aplicaciones de HMS, ha crecido un 12% a nivel mundial con 580 millones de usuarios activos mensuales. En el caso del motor de búsqueda de este novedoso ecosistema, Petal Search, ha registrado más de 220 millones de usuarios en todo el mundo.

Todo ello sin olvidar que aún nos encontramos en situación de pandemia y que, por lo tanto, es fundamental ser muy prudentes y seguir escrupulosamente las medidas de seguridad de la organización.

- ¿En qué áreas o servicios de los muchos que ofrece Huawei a sus clientes o futuros clientes, incidirá más su compañía en este evento? ¿Puede adelantar alguna de las presentaciones?

En la presente edición del MWC

Agenda 2030 

Salud mental, medioambiente e igualdad llegan a la acción empresarial

► Forética presenta las tendencias y claves ESG que marcarán la agenda de sostenibilidad en 2022

R. C. MADRID

Forética presenta los principales hitos y tendencias clave para el año 2022 en materia ambiental, social y de transparencia y buen gobierno (ESG) con el objetivo de aumentar la ambición y acelerar la acción empresarial hacia el desarrollo sostenible. Según el nuevo informe de riesgos globales del Foro Económico Mundial, los riesgos climáticos dominan las preocupaciones globales a medida que el mundo entra en el tercer

Los riesgos climáticos dominan las preocupaciones globales en el tercer año de pandemia

año de pandemia, pero las divisiones sociales, las crisis de medios de subsistencia generadora de desigualdad y el deterioro de la salud mental son algunas de las principales inquietudes mundiales a corto plazo.

Además, el último Barómetro de Confianza de Edelman revela una profunda falta de confianza en los gobiernos, las empresas y los medios en lo que respecta a la acción climática. En el lado corporativo, la confianza continúa convirtiéndose en un tema cada vez más central en las relaciones con los grupos de interés. Todo ello en un contexto en el que, según Eurostat, en los últimos 5 años el progreso hacia los ODS en los 27 países de la Unión Europea, que ya era desigual antes de la pandemia, se ralentizó aún más. Germán Granda, director general de Forética, destacó que «abordamos una eta-

pa clave en una década crítica para la sostenibilidad –la llamada “década de la acción”–, marcada por la importancia de transformar nuestras organizaciones a la velocidad adecuada para contribuir a dar respuesta al reto del cambio climático, la pérdida de naturaleza, las brechas de desigualdad o la recuperación de la confianza, entre otros. Los retos en sostenibilidad pasan también por la definición del propósito, la financiación, la gobernanza y gestión interna»

Estrategia social

Desde Forética se han analizado los aspectos que tienen más relevancia en el impulso de la acción empresarial. En referencia a las tendencias en el ámbito ambiental, destaca el nivel de consenso global respecto al escenario y ambición de dos asuntos clave: el cambio climático y la naturaleza.

«Limitar el aumento de temperatura en 1.5° con su implicación “net zero” (cero emisiones netas) para 2050 y frenar la pérdida de naturaleza para llegar a ser “net positive” en 2030, son los hitos que imprimen el ritmo del esfuerzo necesario.

Así quedó patente en la COP 26 de Glasgow y en el arranque de la COP 15 de Diversidad Biológica. A partir de ahí, corresponde responder a través de una transición lo más ordenada posible, en la que se prime el rigor en el enfoque y tenga en cuenta los asuntos clave dentro del alcance (como la adaptación, la economía circular o la inversión en naturaleza, entre otros)», afirma Ana Herrero, Directora del Área Ambiental de Forética. En materia social, se consolida la tendencia de incremento de la importancia estratégica de la ‘S’ Social. «Lo vemos, tanto desde el punto de vista de la demanda, con

inversores, legisladores y consumidores cada vez más exigentes con los datos, información y compromisos sociales de las empresas; como desde el punto de vista de la oferta (reacción de las empresas a estos retos y oportunidades)», destaca Ricardo Trujillo, Mánager de Impacto Social y Director de Capital Humano de Forética.

Entre las tendencias sociales más destacadas para este año, se encuentran la importancia de profundizar en la acción empresarial en salud y sostenibilidad con foco en la salud mental, reforzar la capacidad de generar competitividad en las organizaciones a través de la gestión del talento con el objetivo de alcanzar una transición justa de los más vulnerables en términos de empleabilidad hacia el futuro del trabajo y potenciar el papel que juegan las empresas en la transformación social ante el

Claves

► En los últimos cinco años, el progreso hacia los ODS en los 27 países de la UE, que ya era desigual antes de la pandemia, se ralentizó aún más

► Hemos entrado en la llamada «Década de la acción», marcada por la importancia de transformar nuestras organizaciones para que contribuyan al reto del cambio climático

reto que suponen las brechas de desigualdad.

En relación a las tendencias que marcarán la agenda de la gobernanza sostenible, Jaime Silos, Director del Área de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad de Forética, señala tres grandes desarrollos de alto impacto: «La llamada “entropía sostenible”, entendida como la expansión de requisitos ambientales, sociales y de buen gobierno en la estrategia de las compañías; el desarrollo de criterios ESG en la cadena de proveedores elevando el nivel de exigencia a la hora de trabajar con proveedores; y la vulnerabilidad de los sistemas debido al número creciente de riesgos ESG». Todo ello actúa como catalizador para la aceleración por parte de los consejos de administración de la adopción de competencias de sostenibilidad de manera voluntaria, especialmente en las empresas cotizadas.



El último barómetro de Edelman revela una profunda falta de confianza respecto a la acción climática

MERCADO CONTINUO

VALOR	ULTIMA	CAPITALIZACIÓN Millones de euros	SEMANA Var (%)	Máximo	Mínimo	AÑO Var (%)
Acciona	139,600	7.707,36	-3,06	172,70	137,20	-16,95
Acerinox	11510	3.107,22	-1,16	12,91	10,86	1,10
ACS	22,320	6.576,91	-1,24	24,93	21,54	-5,30
Adolfo Domínguez	3,660	34,04	3,38	3,90	3,40	-3,68
Aedas	25,500	1.172,50	4,72	25,70	23,25	5,81
Aena	149,550	22.967,50	-2,54	155,90	138,95	7,74
Airbus	114,880	90.462,51	-3,56	121,00	106,16	2,12
Airficial	0,085	115,89	-2,20	0,10	0,08	-1,51
Alantira	15,300	596,86	1,31	15,70	15,00	-
Almirall	10,620	1.905,63	0,00	11,65	10,14	-6,02
Amadeus	61,340	27.750,75	0,16	64,92	58,18	2,85
Amper	0,222	246,67	-0,23	0,24	0,17	29,53
Amrest	5,760	1.273,41	-4,16	6,78	5,38	-4,00
Aperam	50,640	4.060,61	-4,12	56,00	47,02	5,85
Appius	8,620	1.347,23	-0,06	8,98	7,40	6,62
Arcelor Mittal	26,900	25.231,77	-4,41	33,02	25,37	-5,20
Arima	8,740	248,47	-2,02	9,66	8,44	-4,79
Atresmedia	3,626	816,47	-3,31	3,80	3,32	8,69
Audax	1,120	509,86	-10,83	1,40	1,11	-11,11
Azkoyn	5,680	138,88	2,59	5,80	4,98	10,08
Banco Sabadell	0,904	5.090,15	-4,11	0,95	0,59	52,82
Banco Santander	3,322	57.692,31	-4,58	3,48	2,91	12,97
Bankinter	5,634	5.049,83	-5,79	6,08	4,51	24,95
BBVA	5,712	38.240,33	-4,27	6,12	5,22	8,80
Berkeley	0,155	69,32	-1,71	0,19	0,14	3,53
Bochgas Riojanas	3,140	15,88	-	3,36	3,02	-1,88
Borges-Bain	2,540	58,78	-4,51	2,78	2,50	-2,31
Cababank	3,236	26.100,38	-4,43	3,43	2,41	34,05
Cellex Telecom	38,320	25.923,15	-1,36	51,70	38,07	-25,13
Cevasa	6,800	158,13	-	7,00	6,50	-2,86
CIE Automotive	25,820	3.191,20	-0,31	28,44	24,88	-5,63
Clinica Baviera	22,400	365,29	-4,31	25,20	21,00	5,66
Coca Cola	49,200	22.451,40	-3,95	52,20	47,02	-0,61
CAF	34,000	1.174,12	-4,36	38,00	33,45	-7,10
Corp. Fl. Alba	49,250	2.853,76	-0,91	55,30	48,00	-4,37
Acciona Energía	27,400	9.093,90	0,81	33,05	26,11	-15,90
Decleo	0,292	147,60	-5,86	0,35	0,29	0,76
Dia	0,015	876,79	-5,63	0,02	0,02	-5,03
Duro Felguera	0,815	78,62	-6,47	1,11	0,80	-7,02
Ebro Foods	16,600	2.548,01	-1,19	17,14	16,12	-1,66
Ecoener	4,500	260,54	2,62	4,99	4,22	2,27
Edreams	8,510	1.088,47	6,48	10,14	7,37	-12,27
Elecnor	10,650	913,50	3,40	10,65	9,70	1,43
Enagás	18,310	4.791,80	-3,12	20,49	18,26	-10,25
Ence	2,836	702,37	-1,80	2,95	2,28	25,27
Endesa	18,770	19.719,26	0,27	20,36	18,20	-7,08
Ercross	3,120	317,05	-3,11	3,29	2,81	5,05
Faes Farma	3,532	1.096,44	3,52	3,65	3,27	1,55
Ferrovial	24,590	18.127,32	0,53	27,97	23,47	-10,78
Fluidra	25,250	4.939,63	-5,61	35,25	25,15	-28,27
FCC	10,600	4.498,34	-4,50	11,24	9,90	-4,33
Gam	1,400	220,75	-1,06	1,55	1,28	-6,35
Gestamp	3,986	2.302,06	-1,97	4,70	3,78	-10,43
Dominion	4,415	714,32	-0,56	4,84	4,25	-5,76
Greenery	23,150	652,09	-2,53	29,90	22,35	-20,17
Grifols B	9,815	2.561,97	1,39	11,17	9,39	-2,92
Grifols	14,600	6.236,41	-1,38	17,28	14,29	-13,48
San José	4,405	288,72	-3,82	5,21	4,35	-10,10
Catalana Occidente	30,000	3.570,00	-1,15	30,90	27,90	-
Ezentis	0,178	83,83	-3,68	0,22	0,18	-1,00
Iberdrola	9,290	59.560,33	-1,63	10,52	9,09	-10,76
Iberpapel	17,950	198,72	-0,83	19,25	17,35	-0,28
Inditex	25,350	79.131,79	-1,55	29,06	24,71	-11,15
Indra	9,065	1.599,61	-1,57	9,76	8,59	-4,78
Inm. Colonial	7,635	4.146,95	0,00	8,47	7,22	-7,45
Inm. del Sur	8,260	154,21	0,49	8,62	7,70	7,27
IAG	1,947	9.751,55	-5,90	2,14	1,73	14,26
Reig Jofre	3,060	234,23	1,16	3,55	2,72	-6,13
Rovi	68,300	3.840,72	4,92	74,40	60,10	-7,45
Lar España	5,260	451,94	-4,36	5,60	4,92	2,73
Libertas 7	1,480	32,43	-	1,66	1,47	5,13
Línea Directa	1,546	1.672,35	-2,52	1,62	1,49	-3,89
Lingotes	11,200	10,00	10,89	12,20	9,70	-6,67
Logista	18,360	2.433,31	0,05	18,53	17,37	4,73
Mapfre	1,895	5.841,91	-5,49	2,01	1,81	4,96
Mediaset	4,210	1.318,43	-0,99	4,40	3,99	2,43
Meliá Hotels	7,116	1.580,71	-1,77	7,46	6,03	18,56
Merlin Prop.	10,200	4.824,55	-0,58	10,45	9,51	6,58
Metrovacesa	6,570	1.005,61	-4,37	7,39	6,50	-7,72
Miguel Costa	12,820	508,80	0,79	13,78	12,22	-2,14
Montebalito	1,430	45,76	-	1,53	1,33	-4,03
Naturgy	24,280	23.425,87	-2,92	29,96	24,07	-15,19
Naturhouse	1,805	107,70	-3,22	1,97	1,78	-6,23
Neinor	11,360	911,87	-0,87	11,90	10,48	7,78
NH Hoteles	3,430	1.464,11	-3,24	3,55	3,07	12,83
Nicolás Correa	6,000	73,90	1,01	6,20	5,72	-
Nexti	0,486	153,53	-0,63	0,49	0,40	20,90
Nyasa	0,004	9,34	-6,38	0,01	0,00	-
OHSA	0,900	535,56	-3,43	1,12	0,82	-11,76
Oryzon	2,835	151,23	-4,87	3,35	2,69	5,00
Pescanova	0,438	12,82	0,23	0,48	0,41	-0,90
PharmaMar	53,980	983,82	-0,41	66,00	52,20	-5,33
Prim	14,150	-	-0,70	15,00	13,60	-2,75
Prisa	0,660	464,17	3,61	0,68	0,57	16,81
Prosegur	2,178	1.200,35	-4,14	2,47	2,14	-5,71
Cash	0,659	1.006,67	-1,64	0,70	0,61	5,27
Realia	0,802	657,85	-0,75	0,82	0,79	0,75
REC	16,970	9.144,25	-1,34	19,35	16,81	-10,80
Renta 4	9,820	397,17	-1,41	10,30	9,40	-2,77
Renta Corp.	2,070	68,08	1,47	2,10	1,73	19,65
Repsol	11,734	17.901,08	-1,13	12,04	10,28	12,44
Sacyr	2,215	1.425,36	-3,65	2,34	2,14	-3,06
Innovate S.	0,690	39,80	-1,99	0,79	0,69	-2,27
Siemens Gam.	16,280	11.119,67	-1,48	21,70	15,55	-22,73
Solaria	13,410	1.679,96	-4,01	17,91	13,26	-21,67
Softec	4,334	414,02	-10,49	6,80	4,32	-29,98
Talgo	4,650	577,71	-2,00	5,55	4,53	-14,36
Téc. Reunidas	7,800	436,43	1,10	8,59	6,97	12,23
Telefónica	4,369	25.199,54	-1,13	4,45	3,81	13,42
Tubacex	1,688	215,65	-4,52	1,80	1,50	12,38
Tubos Reunidos	0,344	60,35	-6,01	0,40	0,28	23,08
Unicaja	0,993	2.649,52	-5,97	1,09	0,86	14,27
Urbas	0,015	62,23	-5,59	0,02	0,01	12,59
Squirrel	3,770	321,29	-2,60	3,90	3,16	1,89
Vidrala	71,500	2.133,66	-4,54	87,50	71,40	-17,44
Viscofan	56,150	2.569,13	0,82	57,10	51,65	-3,08
Vocento	0,920	114,62	-1,50	0,97	0,89	-2,13
Zardoya Otis	7,050	3.316,77	0,00	7,14	7,04	-0,84

IBEX 35 (en puntos)



MAYORES SUBIDAS SEMANA

Valor	Último	Dif (%)
Lingotes	11,200	10,89
Rovi	68,300	4,92
Aedas	25,500	4,72
Prisa	0,660	3,61
Faes Farma	3,532	3,52
Elecnor	10,650	3,40
Adolfo Domínguez	3,660	3,38
Ecoener	4,500	2,62
Azkoyn	5,680	2,59
Renta Corp.	2,070	1,47

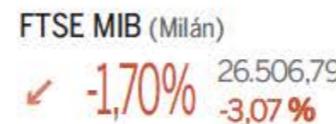


MAYORES BAJADAS SEMANA

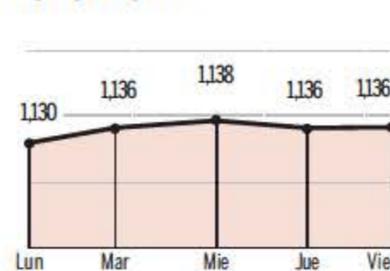
Valor	Último	Dif (%)
Audax	1,120	-10,83
Softec	4,334	-10,49
Edreams	8,510	-6,48
Duro Felguera	0,815	-6,47
Nyasa	0,004	-6,38
Tubos Reunidos	0,344	-6,01
Unicaja	0,993	-5,97
IAG	1,947	-5,90
Deoleo	0,292	-5,86
Bankinter	5,634	-5,79

MERCADOS EUROPEOS

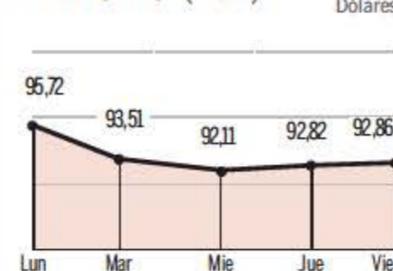
Variación semanal - Última cotización (puntos) - Variación anual



EURO/DOLAR



PETRÓLEO (Brent)



DEUDA SOBERANA

País	Últ.	Sem. (%)	Año (%)
España	100,05	14,28	33,49
Portugal	87,85	0,34	35,05
Francia	48,85	4,72	30,44
Austria	32,95	7,5	32,06
Grecia	235,55	0,64	61,06
Bélgica	50,25	6,8	40,17
Holanda	26,95	74,43	82,71
Italia	163,25	-1,15	20,97
Irlanda	59,55	6,24	42,63

BONO 10 AÑOS

País	Últ.	Sem. (%)	Año (%)
Gran Bretaña	1,4	-9,86	44,43
Francia	0,69	-8,22	258,55
Italia	1,84	-5,31	57,19
Grecia	2,56	-2,63	99,77
Irlanda	0,8	-5,78	238,56
Portugal	1,08	-6,96	130,7
Holanda	0,47	7,01	1.476,67
EEUU	1,94	-1,57	28,29
España	1,2	3,53	111,97

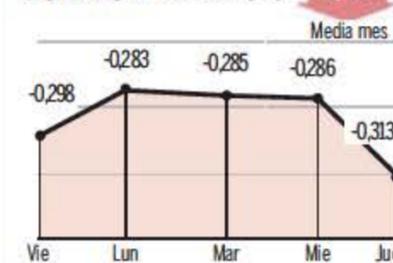
REPARTO DE DIVIDENDOS

Empresa	Importe	Fecha
Sacyr	0,0490	01/02/22
Catalana Occ.	0,1667	09/02/22
Vidrala	0,8430	15/02/22
Logista	0,8300	24/02/22

SUBASTAS DEL TESORO

Instrumento	Fecha
Letras a 6 y 12 meses	01/03/22
Bonos y Obligaciones	03/03/22
Letras a 3 y 9 meses	08/03/22

EURIBOR A 12 MESES



► España es el país de las 386.500 normas legales, todas ellas aprobadas entre 1979 y 2020. Solo el año pasado se publicaron 12.250 nuevas, el 78,7% autonómicas

Douglas Cecil North (1920-2015, premio Nobel de Economía 1993), está considerado como uno de los padres de la llamada «economía institucional» y del «análisis económico del derecho». Sus discípulos y biógrafos sostienen que el economista se tomó siempre «muy en serio la buena comida y el vino». La fama y el prestigio económico le llegó por su teoría o sus investigaciones que concluían el mal o buen funcionamiento de las denominadas «instituciones de ejecución» —como el sistema judicial— es la principal explicación de que, a el largo plazo, unas economías se desarrollen y otras se queden atrás.

Las tesis de North son uno de los puntos de partida de **Juan S. Mora-Sanguinetti** en su libro «La factura de la injusticia: sistema judicial, economía y prosperidad en España». La obra, recién aparecida y todavía caliente, llega avalada por un prólogo del exfiscal general del Estado **Eduardo Torres Dulce**, y por una introducción de la presidenta emérita del Tribunal Constitucional, **María Emilia Casas**.

Mora-Sanguinetti, licenciado en Derecho, Economía y doctor por la Universidad Carlos III, es también Senior Economist en el Banco de España-Eurosistema. El autor, en su obra, concluye que «a pesar del ruido característico de todos los debates relacionados con la justicia en España, los datos fríos y objetivos nos dicen que nuestro sistema judicial funciona

Opinión



Jesús Rivasés

El precio de la justicia y la injusticia

PLATÓN



razonablemente bien. De hecho funciona como la media de los países del entorno». Eso significa que la justicia española tarda entre 272 y 282 días en resolver un procedimiento, tiempos muy similares a los de Francia (274 días), Bélgica (233), Irlanda (277), Luxemburgo (262) o Alemania (200) y muy inferiores a los de países como Italia (564 días), Portugal (425), Italia (564) o Inglaterra (350).

Mora-Sanguinetti, que intenta ver el vaso medio lleno, detecta una serie de problemas y destaca el que España es un país de «alta litigiosidad», el tercero del mundo en pleitos per cápita, solo por detrás de Rusia y la República Checa, según un estudio encabezado por **Giuliana Palumbo**, del Banco de Italia, y publicado por la OCDE. Esa enorme litigiosidad arrastra a los juzgados a una gran carga de trabajo que somete a todo el sistema judicial a un «estrés» permanente para los recursos que tiene. La litigiosidad, de hecho, es cada vez mayor y en 2019, antes de la pandemia, el sistema judicial solo tenía capacidad para resolver uno de cada 1,8 casos pendientes (en procesos contenciosos civiles, es decir, entre empresas y ciudadanos), mientras que en 2020 había subido a uno de cada dos, y el parón pandémico volverá a incrementar

esa relación. Mora-Sanguinetti ha calculado que la mejora de un solo punto en la congestión judicial «tiene implicaciones prácticas cercanas al ciudadano». «Por ejemplo —escribe— podría aportar en Madrid 3.400 viviendas alquiladas más o 3.100 en Barcelona —

sin necesidad de regular el mercado—, lo que mejoraría la vida de muchos jóvenes y demandantes de empleo».

La investigación de Mora-Sanguinetti aporta —compila en algunos casos— datos sorprendentes. Una de las explicaciones de la alta litigiosidad hay que buscarla en la cantidad y complejidad de las normas. España es ahora «el país de las 386.850 normas legales», que son las aprobadas por los gobiernos central, autonómicos y municipales entre 1979 y 2020. Solo el año pasado se publicaron 12.250 normas legales nuevas, de ellas, un 78,7% generadas por las Comunidades Autónomas.

No existe, por ahora, un cálculo del coste económico de los problemas y cuellos de botella de la justicia española. Sin embargo, sí hay datos parciales que pueden ofrecer una idea general. Las 35 empresas del Ibex están obligadas a reflejar en sus cuentas las cantidades destinadas a provisiones por posibles litigios cada año. La cifra ascendía en 2016 a 12.000 millones de euros, una cantidad que es equivalente al gasto mensual en pensiones o al 1% del PIB. Mora-Sanguinetti no se atreve a ir más allá, pero los números, desde **Pitágoras**, y como el algodón del anuncio televisivo de la infancia de **Pedro Sánchez** —quizá sea incluso todavía más joven—, no mienten. La capitalización —valor bursátil— de las empresas del Ibex ronda el 8% del PIB. Una extrapolación, aunque fuera muy prudente, arrojaría que el coste económico de la justicia y de la injusticia en España es desorbitado, —hasta el 20% o más del PIB!— algo muy importante porque como ya explicó el Nobel North, al final, lo que diferencia a las naciones que progresan más que las que lo hacen menos también depende en gran parte de su sistema judicial. Es, por supuesto, el precio de la justicia y de la injusticia.



Solo las 35 empresas del Ibex tienen que provisionar alrededor de 12.000 millones al año —el gasto en pensiones de un mes— para cubrirse ante futuros pleitos»

Alejandra Kindelán

Próximo relevo de José María Roldán en la patronal bancaria AEB

La patronal bancaria, AEB, tiene que elegir presidente en las próximas semanas, una vez que se cumpla el mandato de José María Roldán que ya anunció que no deseaba continuar en el puesto. En la organización representativa la opinión del grupo Santander es decisiva. Todo indica que, por influencia de Ana Botín, el cargo recaerá en una mujer y entre las mejor situadas emerge Alejandra Kindelán, actual directora de Estudios y Relaciones Institucionales del grupo Santander.



Malas perspectivas

La inflación puede llegar al 7% en febrero y rozar los dos dígitos a lo largo del año

La inflación, que se creía domeñada, vuelve por sus fueros. FUNCAS, uno de los grandes «centros de análisis económico» de España, advierte de que podría llegar e incluso superar el 7% interanual en febrero y que, después, por efectos estadísticos, se moderaría entre la primavera y el verano. No obstante, entre los diversos escenarios que contempla el Banco Central Europeo hay uno en el que lleva la inflación española al borde de los dos dígitos en algún momento a lo largo de este año.*