

amecnews



Industria, last call

amec reivindica el papel esencial de la industria y la necesidad de una acción urgente y decidida para su transformación positiva

Pág 3

amecnews número

03

Los miembros de amec son más resilientes a la crisis

Así lo refleja el Informe de Coyuntura 2020 y Perspectivas 2021

Las exportaciones españolas cayeron un 10% en 2020. No obstante, el conjunto de las empresas de amec las lograron mantener, con una variación positiva del 0,35%, según refleja el informe anual de amec Coyuntura 2020 y Perspectivas 2021.



El Informe muestra la situación de las empresas de amec.

Cuatro de cada diez empresas de amec incrementaron sus exportaciones. En comparación con la crisis de 2009, el impacto negativo de pandemia sobre las exportaciones es significativamente menor, ya que entonces las ventas al exterior disminuyeron un 14,5%. Pese a los efectos tan repentinos de la Covid-19 sobre toda la operativa de las empresas, estas han sabido reaccionar de forma muy rápida. A ello también ha contribuido una actuación pública totalmente diferente a la de la anterior crisis.

Tanto es así que pese a las dificultades, en 2020 cuatro de cada diez empresas industriales aumentaron sus plantillas. En su conjunto, todas las empresas de amec suman 40.000 puestos de trabajo, un 1% más que el año anterior.

Asimismo, para 2021 un 40,5% de las empresas industriales internacionalizadas prevé incrementar sus plantillas, y solo un 6,9% de los miembros de amec contempla disminuirlas. “La capacidad de prospectiva y adaptabilidad, junto con el alto grado de internacionalización y de innovación han hecho que las empresas de amec sean más resilientes ante la crisis”, explica el director general de la entidad, Joan Tristany. Sigue en la pág. 2



Pere Relats
Presidente amec

En amec defendemos un modelo económico de país con más industria, pero una nueva industria transformada, que dé respuestas a las actuales demandas de la sociedad. Nos hemos comprometido porque como colectivo representamos un nuevo modelo de país industrial innovador, ilusionante, tractor de talento y generador de oportunidades, convencidos de que si se impulsa nos traerá más progreso y bienestar. amec hoy es una entidad más compleja, preparada para dar respuesta a nuestra comunidad para el tsunami de cambios que veremos tras la pandemia. Estamos ya promoviendo de forma

activa la innovación entre nuestros miembros y facilitando la materialización de sus proyectos. Ponemos a su disposición nuevas y potentes herramientas de prospectiva y de promoción internacional tras un cambio de modelo en las relaciones comerciales, mientras estamos en las primeras ferias presenciales que sí serán cita ineludible. Como resultado, hemos visto que la participación en la comunidad es más elevada que nunca, porque respondemos a los verdaderos retos que afrontan las empresas industriales. Es necesaria una nueva competitividad. Pero para conseguir estos objetivos os necesitamos a todos: administraciones, entidades públicas, privadas, legisladores, líderes y emprendedores industriales, educadores, expertos... Es el momento de generar un ecosistema favorable para la industria. Apostar por la industria es la mejor inversión.

Nueva Competitividad

amec impulsa la innovación y el acceso a las ayudas públicas de las empresas industriales

4

Mercado Internacional

amec lanza una nueva plataforma para la promoción de la industria en el exterior.

5

Comunidad

Aumenta el impacto en la competitividad de la comunidad

6

Observatorio

El Fórum amec debate sobre la dimensión para asegurar la competitividad

7

Lobby

amec impulsa la promoción e internacionalización de Hispack y Foodtech

7

Las empresas de amec son más resilientes ante la crisis

El Informe de Coyuntura 2020 y Perspectivas 2021 muestra como la comunidad de empresas industriales, con capacidad de prospectiva, adaptabilidad e internacionalizada, obtiene mejores resultados

Sigue de la pág. 1. Para 2021, las previsiones de las empresas industriales de *amec* son de un aumento de las exportaciones del 9,3%. Así, siete de cada diez empresas prevé incrementar sus exportaciones. Estas previsiones se aproximan en gran medida a las realizadas justo antes del estallido de la pandemia. De esta forma, las empresas contemplan un escenario de pronto retorno a la normalidad.

minuyó un 1,27% - se tradujo en una situación de pérdidas para el 17% de las compañías, un comportamiento mejor que el del conjunto de la industria.

Mercados e implantaciones

Respecto al año anterior, se mantiene prácticamente el Top 10 de mercados de destino de las exportaciones. Francia continúa en el primer puesto del ranking, segui-

mantiene como primer destino de Latinoamérica.

Sobre los mercados de interés en 2021, India y China escalan puestos. Se confirma así el aumento del protagonismo de los destinos asiáticos. Por otra parte, disminuye el interés respecto a Italia y Reino Unido. Aún así, pese al Brexit y los obstáculos que representa, Reino Unido sigue siendo un mercado importante y al que las empresas continúan queriendo dedicar sus esfuerzos. En 2020, 24 empresas establecieron 34 nuevas implantaciones, principalmente en México, China y Estados Unidos.

La pandemia dificulta las ventas

En el año del estallido de la pandemia, las empresas han encontrado dificultades significativas para desarrollar su actividad internacional. Por primera vez, entre las dificultades destacadas se encuentra en primer y segundo lugar la dificultad de encontrar nuevos clientes y la de hallar socios comerciales, fruto en gran medida por las restricciones de movilidad y la cancelación de ferias. En tercer lugar y relacionado con lo anterior, las empresas también han destacado la complejidad en la aplicación de protocolos de seguridad para la movilidad de trabajadores.

Los ámbitos donde las restricciones a la movilidad han ocasionado un impacto más negativo en las empresas han sido la imposibilidad de asistir a ferias (79,3%), la dificultad de visitar nuevos clientes (73,0%), mantener contacto con los clientes (47,7%) y la dificultad de ofrecer un servicio adecuado (45,9%).

Nuevas amenazas

La posibilidad de que surjan nuevas pandemias o rebotes de la Covid-19, junto con la posibili-

dad de un escenario de inestabilidad política y económica, son los principales riesgos que las empresas perciben para desarrollar su actividad internacional en los próximos años. Las pandemias han desplazado a puestos inferiores amenazas más tradicionales, como la inestabilidad política y económica mundial y el aumento de medidas proteccionistas, protagonistas del panorama internacional de los últimos años. El riesgo de tensiones comerciales entre potencias parece haber perdido peso tras el cambio en la presidencia de Estados Unidos, más favorable al multilateralismo. Los riesgos medioambientales (a través de exigencias sociales-legislativas y las consecuencias del cambio climático) y los ciberataques no figuran entre las principales amenazas percibidas.

-1,27 %

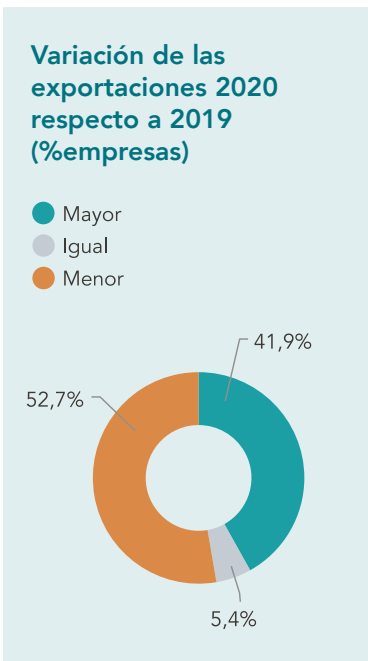
Variación de las ventas totales 2020/19

+0,35 %

Incremento en la exportación
Variación de las exportaciones totales 2020/19

+9,3 %

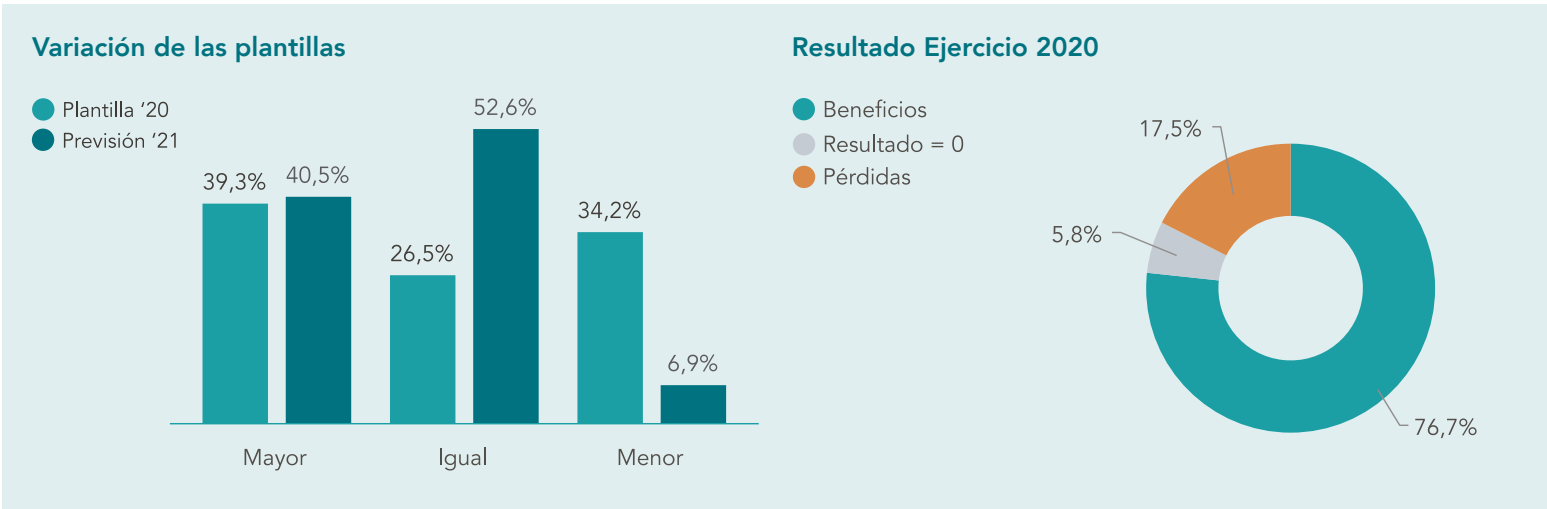
Expectativas de incremento
Previsión de aumento total de las exportaciones en 2021 respecto a 2020



La gestión de los riesgos se ha convertido en un elemento de competitividad ante un entorno muy incierto. La crisis económica y comercial generada por la pandemia ha puesto de relieve la fragilidad de algunos aspectos del modelo actual de las cadenas de valor. Esto ha llevado a muchas empresas a plantearse estrategias que les permitan ser más resilientes ante futuras disrupciones. Así, más de la mitad de las empresas han optado por diversificar sus proveedores para asegurar el suministro. Una de cada cinco también opta por la diversificación geográfica de la producción. De la misma forma, también más de la mitad de las empresas han digitalizado el servicio técnico para garantizar el servicio a los clientes.

La pandemia también ha dejado nuevas prioridades en las empresas. Tanto es así que en las principales estrategias que los miembros de la comunidad prevén implementar en 2021 encontramos por primera vez, ocupando el segundo lugar, el incremento de la digitalización (41,4%), tras el desarrollo de nuevos productos (68,5%). Con el fin de reducir riesgos, la diversificación de mercados (34,2%) y de sectores (33,3%) se ha convertido también en una nueva prioridad para las empresas industriales de *amec*.

“Sin duda, este año ha sido el de la gestión de riesgos, innovación y digitalización. Pese a la crisis, las empresas de *amec* han podido mantener los puestos de trabajo, y seguirán aplicando nuevas estrategias para avanzar, haciendo prospectiva y siendo resilientes, diversificando mercados y desarrollando nuevas formas de estar en ellos”, afirma el director general de *amec*.



amec advierte que sin una excelente aplicación de los fondos europeos no se evitará la pérdida de competitividad

El Presidente de *amec* incide en la necesidad de generar un ecosistema favorable para la industria que funcione como un engranaje: administraciones, entidades públicas, privadas, centros de conocimiento y formación

amec ha realizado una advertencia en la celebración, este mes de abril, del acto *Industria, Last Call*, en referencia al momento decisivo en el que nos encontramos, en el que la industria tiene una última oportunidad para evitar perder “el vuelo”, es decir, su competitividad y, con ello, el país debe evitar también perder su oportunidad de progreso. Para ello es necesario “aclarar el camino, identificar el destino hacia el que estamos dispuestos a correr y sumar voluntades y esfuerzos”, afirmó el presidente de *amec*, Pere Relats, para quien “la colaboración público-privada es fundamental”, motivo por el cual *amec* contó en este acto con la presencia del Secretario General de Industria y Pyme, Raül Blanco.

El actual momento crítico se debe a que confluyen elementos estructurales (revolución tecnológica, emergencia climática y exigencias sociales hacia la sostenibilidad) y coyunturales (la pandemia y sus efectos sociales y económicos). “El momento coyuntural está ejerciendo de palanca para las exigencias estructurales”, explicó el director general de *amec*, Joan Tristany, para quien “los Fondos de Recuperación, que son la respuesta a la crisis generada por

la pandemia, tienen un límite de tiempo y a ellos accederán también nuestros principales competidores”, con el foco puesto en la transformación en digitalización y sostenibilidad que les harán más competitivos. “Sin una excelente aplicación de los Fondos seguiremos perdiendo competitividad industrial, pero ahora de forma más acelerada”, indicó Tristany.

amec y su comunidad de empresas industriales internacionalizadas trasladaron al Secretario General de Industria y Pyme algunas de sus preocupaciones. Blanco, que presentó el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, coincidió con que “este momento es histórico: no vamos a tener otro plan de 70.000 millones, si lo planteamos bien vamos a estar sembrando para las próximas décadas como no hubiéramos imaginado. Si lo hacemos mal, habremos perdido esta oportunidad”.

Ante la gran expectación que han generado los fondos, Blanco aseguró que se irán activando de forma paulatina hasta 2023, dirigiéndose a proyectos transformadores de los ámbitos estratégicos (digitalización, modernización y sostenibilidad, industria tractora e industria verde). “Las pymes



El presidente y el director general de *amec* trasladaron a Raül Blanco las inquietudes de las empresas de la comunidad. Foto: Imma Mínguez

van a estar en los proyectos colaborativos, en sus cadenas de valor, y también en las convocatorias de financiación. Los fondos no están ya repartidos. Las empresas van a tener ocasión de presentar sus proyectos, contando con recursos de la nueva política industrial” que nazca del gran Pacto de Estado por la Industria y una nueva

Ley de Industria que el Secretario General espera que se apruebe antes de final de año. “Necesitamos administraciones implicadas”, afirmó el presidente de *amec*, Pere Relats, que puso la entidad a su disposición, porque “la voluntad de *amec* no es la de presionar, sino la de compartir nuestro conocimiento, nuestra visión y todas las oportu-

nidades que vemos”. Es por ello que remarcó la “necesidad de generar un ecosistema favorable para la industria, en el que estemos todas y todos funcionando como un verdadero engranaje industrial: administraciones, entidades públicas, privadas, medios de comunicación, centros de conocimiento y formación”.

La entidad reivindica el papel transformador de la industria

El director general de *amec*, Joan Tristany, recordó, durante el acto *Industria Last Call*, que en la crisis de 2008 hubo un consenso en que se debía cambiar nuestro modelo productivo. Sin embargo, a excepción del sector exterior, que sí se ha consolidado, el peso de la industria en el PIB se ha alejado del objetivo fijado por la UE y del de nuestros principales competidores, mientras que también se agranda la brecha en la intensidad innovadora.

Para *amec* la industria debe representar el 25% del PIB, con el fin de asegurar el progreso de la sociedad. “Defendemos un

modelo económico de país con más industria, pero una nueva industria transformada que dé respuestas a las actuales demandas de la sociedad”, afirmó Tristany. Algunos datos ilustrativos que enunció:

- Los salarios en la industria son casi un 20% superiores a la media de la economía.
- El 95% de los trabajadores en la industria son asalariados.
- El VAB/empleado en la industria es casi un 30% superior a la media de la economía.
- La industria genera servicios de mayor valor añadido. Según la OCDE, también los servicios de alto valor añadido están ligados a la industria.



El Comité Ejecutivo de *amec* se reunió en la sede de la entidad con el Secretario General de Industria y Pyme, Raül Blanco. Foto: Imma Mínguez

- El sector exterior está sustentado fundamentalmente en la industria.

Para guiar este cambio de modelo en el que la industria debe volver a estar en el centro, realizando de forma imprescindible

una gran transformación en favor del bienestar común, *amec* elaboró, con la participación de más de 50 expertos de las empresas industriales, el documento *Claves para el cambio de modelo productivo*. “Somos la comunidad de la industria po-

sitiva. Somos presente y, sobre todo, representamos el futuro. Participamos juntos en algo grande que reportará grandes beneficios a nuestra sociedad”, incidió en el cierre del acto el presidente de *amec*, Pere Relats.

amec promueve la innovación y el acceso a las ayudas públicas de las empresas industriales

La entidad trabaja codo con codo con las empresas de la comunidad en la identificación y materialización de proyectos que supongan una transformación, con la colaboración de otros organismos como **Eurecat**, AFM y CDTI



El director general de Esade Creapolis y el director general de amec firman un acuerdo de colaboración.

amec promueve la innovación y la transformación de las empresas industriales como factor clave de la nueva competitividad industrial y del progreso del país. Es por ello que está facilitando que las empresas puedan materializar nuevos proyectos de innovación y de Industria 4.0, ayudándolas a la vez a encontrar la financiación pública adecuada para poder llevarlos a cabo.

Este impulso se realiza en colaboración con diversas entidades e instituciones. Un buen ejemplo es la acción que amec desarrolla con Eurecat, fruto del Acuerdo de Colaboración que ambas entidades han renovado y ampliado. Ambas organizaciones se encargan no solo de estudiar la viabilidad técnica de proyectos de innovación que plantean las em-

Las empresas han presentado propuestas de innovación para analizar su viabilidad y posibilidad de acceso a recursos públicos

presas industriales de amec, sino también de ver cómo costearlos con financiación pública. Con este objetivo se está trabajando codo con codo con las empresas de nuestra comunidad. El trabajo se inicia con un primer encuentro en el que amec y Eurecat dan a conocer todas las aplicaciones posibles y más provechosas de la Industria 4.0 para nuestras empresas industriales con ejemplos prácticos. Algunos de los temas

clave en la innovación en las empresas son las aplicaciones de inteligencia artificial, la impresión 3D, la instalación de sensores en las máquinas y la utilidad de toda la información que se extrae. En estas sesiones responsables de amec explican cuáles son las ayudas y subvenciones a las que pueden optar las empresas industriales para materializar sus proyectos.

El amplio seguimiento por parte de las empresas de amec de estas sesiones son una muestra del gran interés que la industria tiene por su transformación. Tras recabar la información esencial, muchas de las empresas se han inscrito a los encuentros de asesoramiento individualizado con técnicos de amec y de Eurecat, que analizan caso por caso, es-

amec participa en un PERTE presentado por AFM que incluye proyectos de 13 miembros de nuestra comunidad

tudiando cómo puede llevarse a cabo la idea o posible proyecto de innovación de cada empresa y cómo financiarlo.

Al igual que con Eurecat, amec colabora con otros organismos para asegurar el acceso a la innovación de las empresas de la comunidad. En esta misma línea, este mes de abril ha firmado un acuerdo con Esade Creapolis para promover de forma conjunta la innovación a través de la colaboración entre empresas y startups industriales. Esade Creapolis es un centro de innovación open & cross innovation que, impulsado por la escuela de negocios Esade, tiene como objetivo principal inspirar, facilitar y acelerar la innovación.

Otra de las actuaciones para que nuestras empresas accedan a los Fondos de Recuperación europeos para materializar sus proyectos de innovación es la participación de amec y empresas de la comunidad en el PERTE (Proyecto estratégico para la recuperación y transformación económica) que ha presentado el clúster AFM (Advanced Manufacturing Technologies). Se trata del proyecto eMachine Smart Workshop, que

tiene como objetivo la recuperación y la transformación del ecosistema del manufacturing a través de su digitalización.

amec, junto con Anmopyc (asociación de fabricantes de maquinaria de obra pública) y AER (Asociación Española de Robótica), ha apoyado la propuesta identificando proyectos de las empresas de la comunidad e incluyéndolas en el PERTE, para su desarrollo por parte de empresas clientes o de proceso. La propuesta presentada incluye 18 proyectos para su desarrollo, de los que 17 pertenecen a 13 empresas de amec. En su conjunto, el PERTE requiere de una inversión de 245 millones de euros en tres años, y calcula que incidirá en la creación de 625 puestos de trabajo directos y otros 2.000 indirectos.

Plena colaboración con el CDTI

Por otra parte, amec se ha integrado en la red PI+D+i, coordinada por el CDTI, que es sin duda una fuente importantísima de financiación para los proyectos de innovación de las empresas. A través de esta red amec conocerá de primera mano e informará a nuestra comunidad sobre todos los programas de ayuda y las líneas de apoyo más convenientes, en función de las características de sus proyectos tecnológico-empresariales, cubriendo todos los ámbitos, desde los programas locales a los internacionales y todos los ámbitos de la innovación.

Aumentan los riesgos ante la próxima recuperación de los viajes



Óscar Rodríguez
Risk Manager del Grupo PACC

Transcurrido un año desde el inicio de la pandemia, con ciertos atisbos de solución a la dura situación socioeconómica, las organizaciones empresariales y especialmente las exportadoras empiezan a plantearse cómo afrontar, en el corto y medio plazo, las sinergias comerciales que han quedado adormecidas forzosa-

mente, ante la necesidad de restablecer las relaciones comerciales y la confianza entre clientes

“La pandemia ha motivado un aumento de delincuencia en los mercados emergentes”

y proveedores. Se prevé que el volumen de desplazamientos crecerá exponencialmente, cuando nos encontramos con que la situación pandémica mundial está conllevando el aumento de otras variables de riesgo que acompañan al propio del aumento de la movilidad.

Entre ellas cabe destacar el del aumento de la delincuencia, motivada por la crisis económica que afecta a nivel mundial, y especialmente en los países en desarrollo o emergentes, en los que la brecha social se profundizará con rapidez. A la delincuencia estructural se suma el aumento de la delincuencia circunstancial, por la necesidad perentoria de supervivencia de aquellas capas sociales que se han visto abocadas a la pobreza, siendo el colectivo de viajeros de negocios un objetivo prioritario.

Además, dicha delincuencia circunstancial, que puede manifestarse en forma de secuestros exprés, secuestros consumados, amenazas, etc., es susceptible de

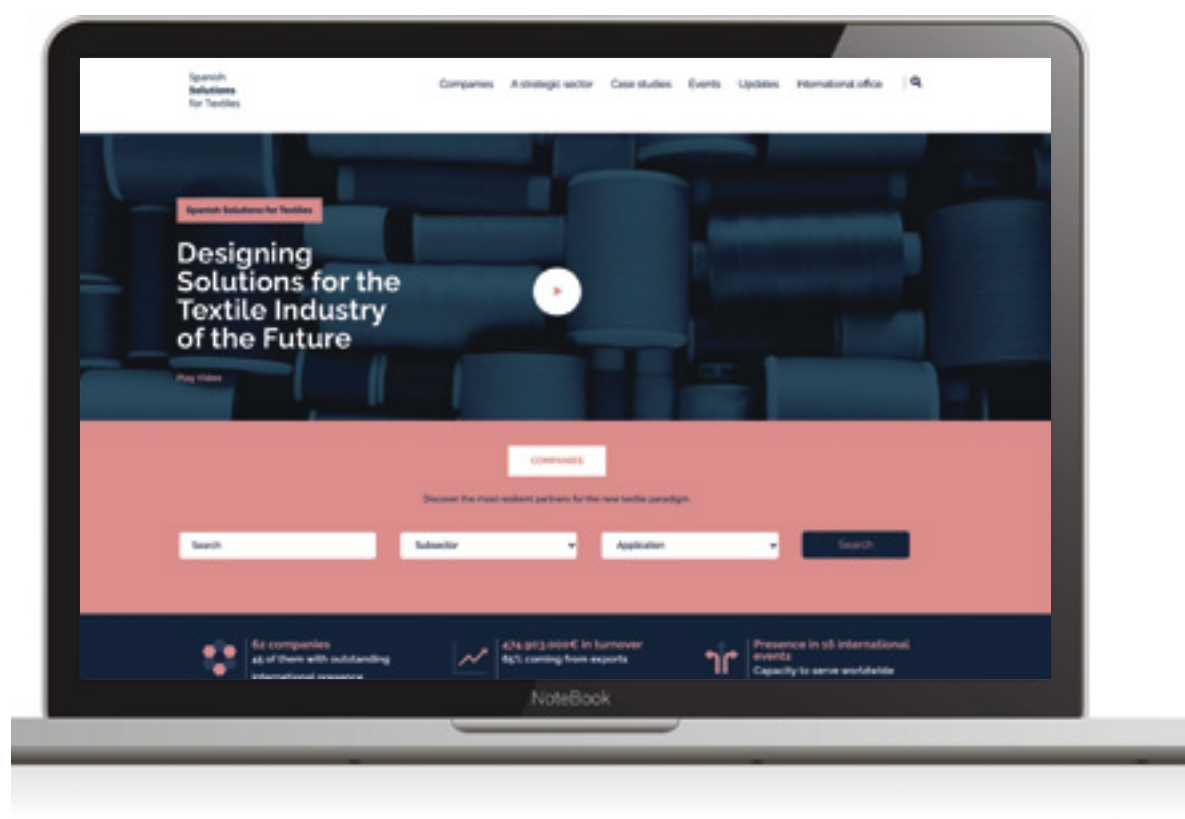
“Hay que extremar la política de seguridad por la responsabilidad que asume la empresa”

ir acompañada de la propia inexperiencia del delincuente circunstancial, que puede provocar situaciones de extremo peligro, violentas e incoherentes. Estas situaciones ponen en peligro la integridad de las personas objeto del ataque y la responsabilidad penal y civil de las empresas y sus directivos por hallarse dichas

personas bajo la dependencia de sus organizaciones durante el viaje de negocios. También, la generalización de la crisis económica puede conllevar movimientos sociales violentos en dichos países, por lo que tampoco deberíamos olvidar a los equipos humanos locales que trabajan como expatriados o trabajadores locales. Así pues, deben extremarse las políticas de seguridad, dadas las responsabilidades sociales, civiles y penales que asumen las organizaciones, informando adecuadamente al viajero del riesgo país al cual se le desplaza, contando con información preventiva, indicaciones adecuadas y herramientas de soporte in situ, ya que la gestión correcta de la crisis, en su inicio, puede evitar males mayores.

Nace una potente plataforma para la promoción de la industria en el exterior

Las empresas industriales acceden a una nueva herramienta que ha creado amec para posicionarlas y captar clientes en los distintos mercados



amec ha puesto en marcha, con la colaboración de ICEX, una potente plataforma para que las empresas de la comunidad, así como las más destacadas de cada sector, tengan visibilidad a nivel internacional y capten clientes en cada uno de los mercados de interés. Se trata de ocho webs sectoriales que incluirán a las principales empresas y que serán el referente de cada sector, cuya consulta será esencial para aquellas empresas de cualquier parte del mundo que busquen un proveedor.

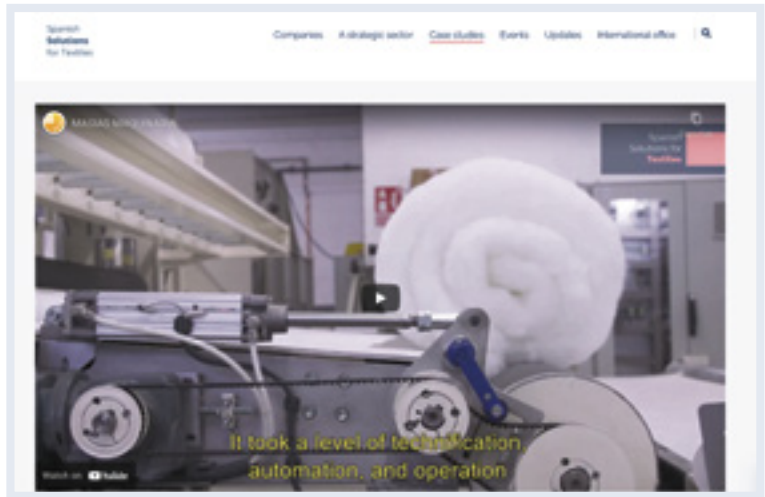
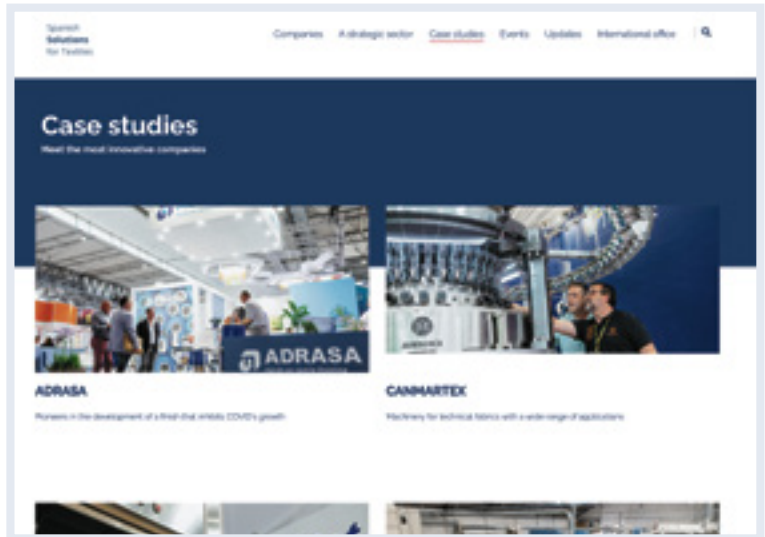
amec se encargará de posicionar estas plataformas a nivel internacional, y en especial cuando se lleve a cabo una feria de referencia en un sector determinado y cuando se realicen acciones en el exterior en aquellos países que más interesen a cada una de las empresas. Unas campañas que, sumadas unas a las otras, posicionan y convierten esta poderosa herramienta de promoción internacional en un espacio de referencia y una arma eficaz de captación de clientes a nivel global.

Todas las empresas de la comunidad de amec están presentes de forma automática en las plataformas, a través de un directorio útil de fácil consulta para los clientes que busquen a proveedores. Las empre-

sas podrán optar además por espacios en los que incluir sus catálogos, vídeos, descripciones de proyectos y casos de éxito. También podrán incluir sus noticias más destacadas en un apartado de actualidad sobre el sector. Para gestionar su información y su actualización podrán contar con el apoyo del personal de amec.

Estas plataformas son una decidida apuesta de amec para poner al alcance de las empresas industriales del país una nueva forma de promoción internacional que no solo es necesaria en el presente, sino que será esencial en los próximos años, en los que toda la comunicación y el proceso de venta se realizará cada vez más a distancia.

Accede aquí a la nueva plataforma:
www.amec.es/es/pag306/plataformas-de-promocion-internacional.htm



Guía con los marketplaces que interesan a cada sector industrial

La digitalización del comercio impulsa e incluso obliga a las empresas industriales a estar presentes en los nuevos espacios de venta y comercialización. En los próximos tres años el e-commerce B2B crecerá un 25% interanual, según los expertos. Estar y ganar visibilidad es importante. Pero, ¿dónde y cómo? Los recursos son limita-

dos y hay que dirigir bien los esfuerzos. Por ello es necesario saber elegir bien. Con el fin de ayudar a las empresas industriales, amec ha elaborado la Guía del e-commerce para la Industria, gratuita para los miembros y bajo pago para las empresas no socias, que ofrece una visión sobre la situación actual del e-commerce: los tipos de plataforma que hay, cuáles son los puntos críticos de la operativa, y cuáles son las principales amenazas y oportunidades. La guía se complementa con diversas fichas sectoriales de marketplaces que incluyen todas las opciones y plataformas al alcance de las empresas industriales según el sector al que pertenecen: tecnología alimentaria, packaging, tecnología para el sector textil, equipamiento

para el baño, equipamiento eléctrico, soluciones para ciudades inteligentes, suministro industrial y ferretería.

amec ha elaborado fichas para que cada empresa conozca en qué plataforma debe estar según su sector y mercado de interés

De esta forma, la Guía del e-commerce para la Industria empieza analizando los conceptos básicos del e-commerce, como la cadena de valor, los servicios de implantación y de logística y envío, para

centrarse después en los puntos críticos: instalaciones y almacenes necesarios, embalaje y precio, costes de envío y plazos de entrega, trámites administrativos, atención al cliente, talento, producto y poder de negociación.

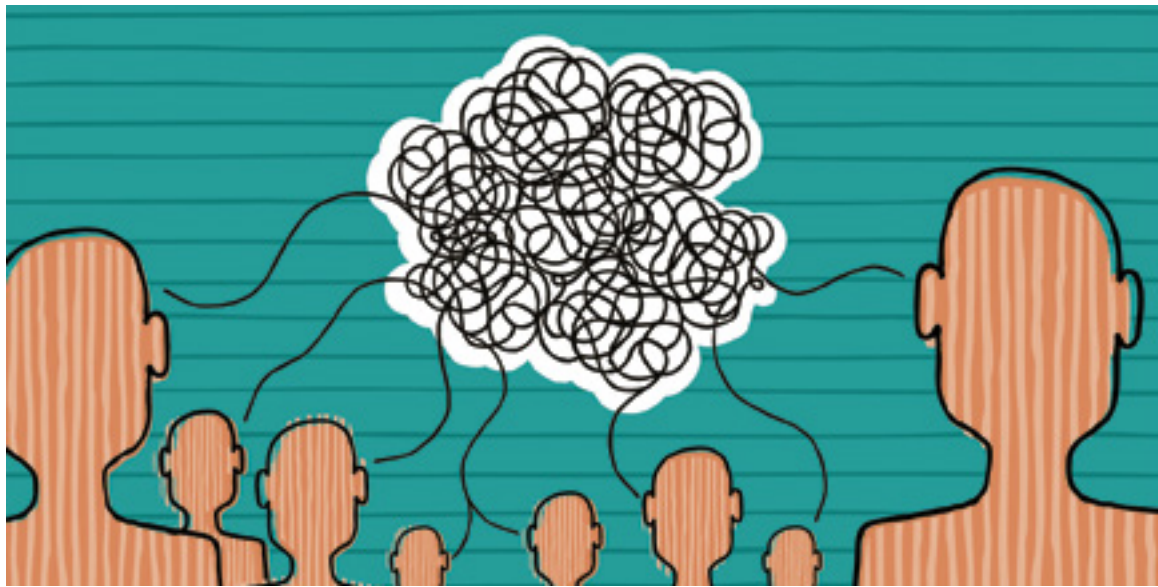
Conocidos todos los aspectos para saber cómo operar, la guía ofrece además una visión del panorama del e-commerce en la industria, detallando su situación en España, Europa, el marco legal y las amenazas y oportunidades que implica el e-commerce para el sector productivo.

La guía se complementa con un conjunto de fichas con las plataformas de e-commerce más importantes según el sector y los merca-

dos en los que se encuentran. Estas fichas destacan los principales marketplaces en los que vender, los directorios en los que darse a conocer y generar leads, tiendas online de terceros que ejercen un papel similar al de los distribuidores e importadores tradicionales, así como otras plataformas híbridas. Estas fichas se han elaborado teniendo en cuenta las oportunidades que ofrecen para cada sector. La información incluye una descripción de cada plataforma, los servicios que ofrece, los precios para estar presente y cómo funciona el proceso de registro. Una herramienta muy útil para la empresa industrial para abordar de forma digital los mercados que más le interesen.

Aumenta el impacto en la competitividad de la comunidad

Los miembros tienen mayor capacidad de actuación en los mercados y de toma de decisiones en entornos VUCA



La misión de *amec* es impulsar los nuevos factores clave de competitividad en las empresas: anticipación, adaptabilidad, colaboración, glocalización y sostenibilidad. Para asegurarse de que cumple con su cometido, *amec* mide cada año el impacto de su actuación en la competitividad de las empresas, a través de su

puestas que plantea *amec* obtienen mejores resultados. La medición se realiza tanto mediante un análisis cuantitativo (número de participaciones) como cualitativo (el valor final que extraen las empresas). Para obtener esta información, los responsables de cada agrupación sectorial de *amec* se reúnen individualmente con cada miembro de la comunidad para valorar la acción realizada el año anterior y evaluar el impacto ejercido en la empresa. “Cada miembro nos evalúa, nos indica qué es lo que más le ha servido y qué debemos mejorar. También nos explica

qué es lo que necesita, el valor que espera que le aportemos. Toda la información sirve para medir el impacto y para que el Sistema de Gestión de la Innovación pueda mejorar de forma continua nuestra actuación y obtener mejores resultados”, explica el responsable del Sistema de Medición del Impacto, Marc Fernández.

Los primeros resultados obtenidos en 2019, cuando se realizó la primera medición, ya apuntaban a que la dirección era la adecuada. Los nuevos datos, actualizados hasta 2020, constatan que las empresas industriales que están haciendo uso de las nuevas pro-

puestas que plantea *amec* obtienen mejores resultados. La medición se realiza tanto mediante un análisis cuantitativo (número de participaciones) como cualitativo (el valor final que extraen las empresas). Para obtener esta información, los responsables de cada agrupación sectorial de *amec* se reúnen individualmente con cada miembro de la comunidad para valorar la acción realizada el año anterior y evaluar el impacto ejercido en la empresa. “Cada miembro nos evalúa, nos indica qué es lo que más le ha servido y qué debemos mejorar. También nos explica

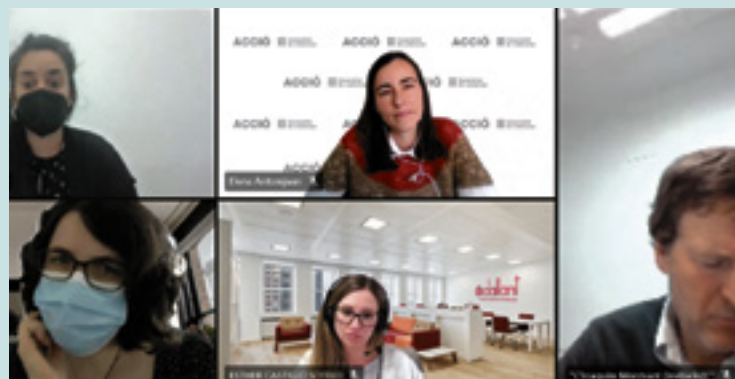
qué es lo que necesita, el valor que espera que le aportemos. Toda la información sirve para medir el impacto y para que el Sistema de Gestión de la Innovación pueda mejorar de forma continua nuestra actuación y obtener mejores resultados”, explica el responsable del Sistema de Medición del Impacto, Marc Fernández.

ferencia de conocimiento a las empresas, correspondiente a los departamentos de capacitación, formación y prospectiva. Éste último lo desarrolla el Observatorio *amec*, cuya tarea permite equipar a las empresas de una visión más allá del corto plazo, tanto en escenarios, tendencias, oportunidades y mercados, para que puedan ajustar sus estrategias y avanzarse. Eso significa que “las empresas industriales de *amec*, tras hacer uso de los servicios y de interactuar con el resto de la comunidad de empresas industriales, cuentan con una mayor capacidad de actuación en los distintos mercados y de toma de decisiones en entornos VUCA”, indica Fernández.

Fiel a su misión, *amec* se ha propuesto ahora también impactar en la Capacidad Adaptativa de los miembros de la comunidad y en la Capacidad de Gestión con Prospectiva, de forma que todas las empresas industriales no sólo hagan uso del servicio de prospectiva de *amec*, sino que además integren este valioso concepto en la propia organización. Aprender a realizar prospectiva de forma sistemática permite a las empresas industriales estar preparadas ante todos los cambios, sean del entorno, tecnológicos, de los mercados, como del propio negocio.

Las empresas industriales de amec participan y comparten más que nunca

“Se palpan las ganas de nuestros miembros de compartir conocimiento entre todos y participar en la comunidad”



A menudo es necesario desdoblarse o repetir las sesiones ante el gran número de empresas que desean participar.

El Sistema de Gestión de la Innovación y de Medición del Impacto de *amec* ha llevado a nuestra entidad a ofrecer actividades y servicios que responden más que nunca a las necesidades de nuestras empresas. Es por ello que cada vez más nos encontramos con sesiones que deben desdoblarse o repetirse debido a la gran asistencia y seguimiento.

Recientes ejemplos de amplísima participación son el curso de liderazgo para técnicos, la sesión sobre formación de marcado UCKA y la presentación de la nueva Guía de e-commerce de *amec*. Esta última presentación se ha realizado en varias sesiones debido a la creciente demanda de asistencia. Lo mismo ha ocurrido con las formaciones sobre marketing digital y cómo utilizar LinkedIn para lograr nuevos clientes, ya que debido a las restricciones de movilidad las empresas están inmersas en el desarrollo de nuevas herramientas para lle-

gar a sus clientes. También hemos realizado varias convocatorias de sesiones de networking con un gran número de empresas interesadas en asistir, algunas de ellas organizadas a petición nuestros miembros. Es el caso de la destinada a compartir soluciones ante los problemas de logística por la escasez de contenedores.

Hiperpersonalización

También han tenido gran éxito las sesiones de asesoramiento para que las empresas desarrollen proyectos de innovación. El subdirector de *amec*, Óscar Puig, explica que “la hiperpersonalización de las actividades y servicios de *amec*, que responden a las necesidades de nuestras empresas industriales”, está llevando a este gran incremento de la participación. “Las empresas ven cómo el conocimiento es cada vez más importante para lidiar en el contexto global actual”.

amec impulsa la promoción de Hispack y Foodtech

Ambas ferias serán la primera cita en el sur de Europa de sus sectores, por lo que sus organizadores, Fira de Barcelona y *amec* se reunieron para asegurar su éxito

amec y sus agrupaciones *amec alimentec* y *amec envasgraf* y Fira de Barcelona se reunieron en marzo en la sede de la entidad para dar el máximo impulso a las ferias Hispack y Alimentaria Foodtech, que tendrán lugar del 19 al 22 de octubre.

Tanto Hispack como Alimentaria FoodTech son un claro referente ferial para los mercados del Sur de Europa, de donde proceden gran parte de sus visitantes profesionales. La plataforma formada por ambas ferias será la primera convocatoria de sus respectivos sectores en Europa tras el comienzo de la pandemia.

Es por ello que Fira de Barcelona, *amec alimentec*, *amec envasgraf* y ambas ferias han acordado aunar sus esfuerzos para que sea una cita ineludible a nivel nacional e internacional tanto para los expositores como para

los visitantes. Muestra de ello es el encuentro que celebraron sus principales representantes en la sede de *amec*, con el fin de sumar esfuerzos para asegurar el éxito de ambas convocatorias.

En el encuentro asistieron el director general de *amec*, Joan Tristany; el director general de Fira de Barcelona, Constantí Serralonga; el presidente de Alimentaria Foodtech, Lluçà Casellas; el presidente de Hispack, Jordi Bernabé; el presidente de *amec alimentec*, Jordi Vila; y el presidente de *amec envasgraf*, Michele Palma.

La doble convocatoria ferial ofrecerá una visión completa del ciclo de vida del producto alimentario, desde el ingrediente hasta los equipos y tecnologías para todas las fases del proceso de fabricación, pasando por el envase



El encuentro reunió al director general de *amec*, el presidente de Fira Barcelona, de Hispack, Foodtech, *amec envasgraf* y *amec alimentec*

y embalaje, la logística hasta su llegada al punto de venta. Asimismo, Hispack mostrará también

entre ambos salones son muy importantes, ya que la industria alimentaria es el principal demandante en soluciones de envase y embalaje.

Además de la internacionalidad, ambos salones fomentarán la innovación, el emprendimiento, la sostenibilidad y la transformación digital de las empresas a través de sus actividades formativas y de networking para contribuir a la reactivación y crecimiento económico de sus industrias.

soluciones de packaging, proceso y logística para el resto de sectores productivos. Las sinergias

En su última edición conjunta, en 2018, Hispack y Alimentaria FoodTech reunieron cerca de

1.100 expositores directos de 30 países y más de 38.000 visitantes, un 10% de procedencia internacional.

Las agrupaciones *amec alimentec* y *amec envasgraf* representan a los fabricantes españoles de tecnología de proceso alimentario, ingredientes y packaging y añan a las principales empresas expositoras de estos salones. Estas empresas están esperando con gran expectación la celebración de ambas ferias, conscientes de que será una excelente oportunidad para reencontrarse finalmente con sus clientes de una forma presencial y segura.

OBSERVATORIO

Publicado el nuevo informe de barreras

amec las detecta y trabaja para su eliminación

El Observatorio *amec* ha analizado por segundo año todos los aspectos por los que las empresas de la comunidad han tenido dudas o dificultades en su actividad internacional. Con ello elabora el Informe de Barreras, cuya visión global sirve para poder actuar, por un lado, ayudando a las empresas de forma efectiva y, por otro, alertando a las administraciones y trabajando con ellas para facilitar la operativa.

Informe sobre el escenario de futuro

Un apoyo para que la empresa se anticipe

En un trabajo importante de prospectiva frente al actual entorno, *amec* ha analizado los escenarios de futuro plausibles para las empresas industriales internacionalizadas, con el fin de que puedan tener una visión a corto, medio y largo plazo. Se ha observado un marco de tiempo de tres años para que las empresas puedan tomar medidas prácticas para desarrollar su resiliencia organizacional.

El Fórum amec 2021 plantea el debate sobre la dimensión

El Fórum *amec* 2021, que tendrá lugar el 6 de julio, tratará el complejo debate sobre la dimensión necesaria de las empresas para ser competitivas a nivel global.

Ante el aumento de concentraciones y adquisiciones tanto para incrementar la presencia a nivel global como para controlar toda la cadena de valor, queremos plantear una reflexión sobre cuál es la mejor estrategia que pueden adoptar nuestros miembros. ¿Hay que ganar dimensión para ser

más competitivos? ¿Es necesario en todos los sectores? ¿En qué situaciones puede ser ventajoso y en qué otras condiciones no lo es tanto? ¿Qué posición deben mantener las empresas industriales internacionalizadas? El Fórum 2021 tendrá un formato híbrido, que conjugará la presencialidad con la emisión en streaming desde el Paraninfo de la Universidad de Barcelona, para que toda la comunidad de las empresas industriales y el ecosistema pueda seguir este gran evento.



El Fórum *amec* 2020 tuvo lugar desde la sede de *amec* de forma excepcional debido a la pandemia.

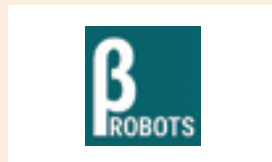
NUESTRA COMUNIDAD CRECE

6 nuevos miembros en amec

Desde el mes de enero, nuevas empresas se han unido para compartir conocimiento, internacionalizarse y ganar competitividad



Gatell. Baterías para contadores de agua.



BetaRobots. Robótica móvil, percep.artificial.



Famatel. Material eléctrico.



HBK. Test y simulación de procesos.



Gawe. Material eléctrico de distribución.



Ingeser. Ingeniería alimentaria, logística.



La comunidad de la industria positiva

positiveindustry.org



La entidad de la nueva competitividad

amec.es

Dinamizar la **comunidad**

Promover el uso y el valor
de la **prospectiva**

Preparar a la industria para
los **nuevos retos competitivos**

Mejorar la **actividad
internacional**

Generar un **ecosistema** favorable
para la industria