

amecnews

“Anticipándonos construimos nuestro futuro”

El futurólogo Miguel Jiménez muestra a las empresas industriales cómo proyectar los escenarios más plausibles en el Fórum amec 2022

Pág 2-3



amecnews número

07

FOTO: Imma V. Mínguez

amec trata en París cómo reforzar la política industrial europea

El subdirector de **amec** defiende una reindustrialización en Europa que tenga en cuenta las diferencias entre los Estados miembros

La distribución mundial de la actividad industrial ha experimentado un cambio profundo en las últimas décadas. En términos de valor añadido, la industria de la Unión Europea ha disminuido su peso del total mundial, pasando en el último lustro de representar casi el 14% a poco más del 10%. El subdirector de **amec**, Diego Guri, ha tratado en París sobre la necesidad de reforzar la política industrial en Europa, invitado por el comité francés de la Liga Europea de Cooperación Económica (LECE). En su intervención ante un panel de expertos, Guri señaló las causas de esta desindustrialización, advirtió sobre sus consecuencias y presentó el movimiento Positive Industry que impulsa **amec**, abierto a la adhesión de organismos, empresas y sociedad civil y que reivindica una industria comprometida con el progreso. En este sentido, afirmó que las economías europeas deberían realizar una apuesta decidida por una reindustrialización que debe tener en cuenta las diferencias existentes entre los Estados

miembros. “Podría ser más interesante una política industrial nacional coordinada a nivel europeo que una política europea como tal”, indicó Guri. *Sigue en la pág. 5*



Europa contempla como estratégica su reindustrialización.



Diego Guri
Subdirector **amec**

Convencidos desde **amec** de que la política industrial no solo es necesaria, sino también de que no vale cualquiera, hemos participado en la reunión en París de la Comisión Económica y Social de la Liga Europea de Cooperación Económica (LECE) sobre la necesidad de industrializar Europa. En este influyente foro, hemos defendido cuatro aspectos que consideramos fundamentales.

El primero es que no debe confundirse soberanía o autonomía industrial con proteccionismo. La economía europea es y debe seguir siendo una economía abierta. Debemos afrontar asimismo el problema de la falta de talento con políticas migratorias activas e inteligentes y

construir el futuro con un sistema de educación y formación continua fuerte, adaptable y ágil, para afrontar las nuevas necesidades derivadas de las transiciones digital, verde y demográfica. Necesitamos además campañas de comunicación en favor de la industria positiva para concienciar a la sociedad de su importancia. Así es como **amec** impulsa el movimiento Positive Industry, sumando apoyos para fortalecerla. Y, finalmente, podemos adelantarnos y mantener el liderazgo europeo de la normalización técnica internacional en nuevos ámbitos como la economía circular o las tecnologías digitales, defendiendo así nuestra industria y fortaleciéndola ante terceros mercados. Como hemos visto en el Fórum **amec** de este año, debemos actuar de manera anticipativa y ágil, como clave de nuestra competitividad. Nos jugamos el bienestar de nuestros hijos e hijas.

Mercado internacional

Clientes captados en el entorno digital para ventas que se cierran en el espacio presencial

4

Lobby

El director general de **amec** recibe el premio a la innovación de Canal CEO

5

Observatorio

El ISI refleja cómo la recuperación va de la mano del comercio exterior

6

Nueva competitividad

Los nuevos factores de competitividad de **amec** calan en las empresas y la universidad

6

Comunidad

Nuevas tendencias y grandes oportunidades para la industria en las Jornadas del Sector

7

La prospectiva es estratégica para el 82% de las empresas industriales

Mirar a todo el entorno y al futuro, interpretar posibles escenarios probables y tomar decisiones para evitar riesgos y aprovechar oportunidades permite influir y construir el propio porvenir



El Presidente de amec abrió el Fórum reflexionando sobre el actual entorno y lo crítico que es para las empresas realizar prospectiva.



El Fórum volvió a reunir a unas 300 personas al frente de las empresas industriales, en un esperado encuentro tras dos años en los que se ha retransmitido online. FOTOS: Imma V. Mínguez

Por Glòria Ayuso. Un 82% de las empresas industriales de amec consideran la prospectiva un elemento estratégico, como indica la encuesta de Coyuntura y Perspectivas 2022 de la asociación. La mirada de las empresas ya no debe dirigirse en lo que sucede únicamente hoy. “Debemos centrar la estrategia en lo que está por llegar y desconocemos. Para ello, hoy la prospectiva resulta críticamente imprescindible”, subraya el presidente de amec, Pere Relats.

Las empresas industriales se están viendo obligadas a ampliar sus previsiones a largo plazo y, al mismo tiempo, ser más ágiles y adaptables ante constantes cambios imprevistos. La necesidad detectada en las empresas

“La prospectiva permite accionar la palanca para hacer posible el futuro deseable”

Miguel Jiménez
CEO Futures Intelligence



“El mal común de la ceguera estratégica es no parar atención a lo realmente importante”

Isabel Nogueroles
CEO de Sistem Car



de conocer cómo responder a un entorno que cambia cada vez de forma más acelerada y de anticiparse es tal que pocas faltaron al Fórum amec 2022, que bajo el título *La industria anticipativa* reunió a unas 300 personas directivas de empresas industriales.

“¿Por qué tememos tanto al entorno VUCA? Tememos a la incerteza, nos da miedo...”, señala Miguel Jiménez, reputado futurista que asesora a gobiernos y empresas y que protagonizó la ponencia principal del Fórum. “En realidad, la volatilidad es una palanca para el cambio. Jamás deberíamos apostar por un entorno sin volatilidad, debemos afrontar y participar del cambio”, afirma. Jiménez, CEO de Futures Intelligence, de-

fiende que las siglas VUCA, que describen el entorno bajo una posición de temor por la rapidez de los acontecimientos, pueden sustituirse por DELA: Dinámico, Emergente, Liminal y Antropocéntrico.

Si bien el mundo siempre ha estado en continua transformación, es cierto que la rapidez del cambio se ha ido acelerando cada vez más. Pero lo importante, remarca este gurú de la predicción, se encuentra en la mirada y la acción que adoptan las personas frente a su posible futuro, porque son estas las que determinarán en realidad los acontecimientos.

Jiménez utiliza la Inteligencia Artificial para analizar y detectar tendencias y trazar escenarios de futuros probables. Con esta información, es posible actuar. Es así como la proyección del futuro influye en el presente. “La prospectiva, que posibilita tomar decisiones sobre lo que podría suceder, es imprescindible porque permite actuar e influir en el entorno, accionar la palanca para hacer posible el futuro deseable”. Lo primero pues, es observar cuáles pueden ser los futuros plausibles y, después, actuar para reconducirlos.

Las empresas ya se dedican a ello. “El futuro es incierto si no trabajas el plan estratégico a años vista. Hacer prospectiva no es una opción, es una obligación”, afirma Neus Lloveras, CEO de

AKO. No obstante, su práctica “sólo funciona si la organización la apoya y la valora”. Isabel

“El futuro es incierto si no trabajas a años vista. La prospectiva es una obligación, pero funciona si la organización la apoya”

Neus Lloveras
CEO de AKO



Nogueroles, CEO de Sistem Car, también está convencida de la importancia de realizar prospectiva: “El mal común de la ceguera estratégica es no parar atención a lo realmente importante, y eso pasa de forma habitual. Cuando te cae el meteorito ya no hay nada que hacer”, afirma de forma contundente.

“Si la empresa practica prospectiva, cuando ve un tren que pasa a gran velocidad sabe

ver si existe una buena oportunidad. Te subes de forma consciente, asumiendo cierto riesgo, pero con conocimiento. Forma parte del plan estratégico”, opina Xavier Corrons, CEO de LedsC4.

Ante la dificultad de la gestión del día a día, ¿cómo llevan a cabo las empresas la tarea de hacer prospectiva? En su desempeño, el talento y la organización en la empresa vuelven a ser, de nuevo, piezas clave. “Hay que separar en las organizaciones las personas que llevan el corto plazo, que es muy intenso, y las que llevan el largo”, explica Lloveras.

“Para los nuevos proyectos, vemos que debemos tener una amplia visión e ir, además, a la misma velocidad que evoluciona la tecnología. Por ello, las personas jóvenes son fundamentales en la empresa, ya que incorporan esa rapidez y esa nueva visión”, revela Cristina Sanz, CEO de INPRO. Aun así, “las curvas de aprendizaje no son inmediatas y requieren tiempo. Hay que tener las personas adecuadas en el sitio y el momento adecuado, en cada una de sus áreas”, incide Corrons.

Coincide en ello Joan Caba, CEO de IClotet y emprendedor de múltiples proyectos, para quien el futuro afecta a muchas áreas, desde los procesos productivos a las cadenas de suministro, y los cambios son transversales. Asi-

mismo, añade, “la prospectiva no es estática. Hecha una diagnosis, siguen pasando cosas y hay que seguir actualizando los escenarios”.

La falta de tiempo es el freno más grande a su práctica, y es por ello que durante la celebración del Fórum las empresas agradecieron en diversas ocasiones que amec les permita tener cubierta una parte fundamental de esta tarea a través de las comunicaciones que les realiza periódicamente el Observatorio amec.

Después de la anticipación, viene la adaptabilidad. “Todo ello requiere de organizaciones líquidas, que puedan adaptarse a estos cambios que requieren la anticipación”, señala el director general de amec, Joan Tristany.

Reducir riesgos e innovar

Durante el desarrollo de los grandes proyectos, que pueden durar hasta cuatro años, hacer prospectiva también se presentó como algo vital para Danobat Group. La empresa vio que era necesario

“Somos una comunidad que puede leer y construir futuro. Tenemos un proyecto, el Positive Industry, que nos dice cómo queremos que sea la industria”

Joan Tristany
Director general de amec



poner en marcha un sistema de vigilancia de la competencia para no poner en riesgo su competitividad. Como respuesta, creó una spin off: Innguma. Esta empresa monitoriza a los competidores,

los nuevos avances tecnológicos, las patentes y la nueva reglamentación, interpretando todo tipo de información relevante para una actividad. Su CEO, Eneko Arza, explica que esta información permite anticiparse, reducir riesgos, progresar e innovar. “Detectar es imprescindible. Mediante procesos de vigilancia se han podido tomar decisiones importantes en entornos complicados”, asegura. En una ocasión, ejemplifica, conocer el contenido de un Paper publicado permitió a una empresa hacer algo muy nuevo. En otras, conocer nuevos avances o lo que realiza la competencia se resuelve con pequeñas modificaciones en los proyectos en curso.

Conocer lo que estaba por venir hizo que LC Paper fuese pionera en sostenibilidad. En un mercado maduro y con grandes competidores, supo prever que su opción de futuro era marcar la diferencia. Desarrolló y comercializó así tissues y papel higiénico ecológico. Si bien avanzarse al mercado le supuso problemas al inicio tanto de aceptación como de regulación, se posicionó después de

“Si la empresa practica prospectiva, cuando ve un tren que pasa a gran velocidad sabe ver si existe una buena oportunidad”

Xavier Corrons
Ceo de LedsC4



forma preferencial. Ahora sigue trabajando en el desarrollo de nuevo producto en función de las tendencias que vislumbra, como son una menor capacidad adquisitiva de los clientes y la necesidad de optar por materiales que suponen un menor uso energé-

tico, como expone el gerente de Transformación, Pau Vila.

Sistem Car también está actuando frente a lo que puede venir: “trabajamos con el objetivo de que nuestros clientes se anticipen. También vemos el impacto medioambiental, estimamos estados futuros de los robots y colaboramos con todo el ecosistema, algo que vemos fundamental”, detalla su directora general. Esa colaboración entre empresas y con todo el ecosistema industrial es lo que marca la diferencia y permite ir más allá, tal y como han mantenido la mayoría de los ponentes en el Fórum.

La visión del futuro incide directamente en él. Y por ello, el director general de amec tiene claro cuál debe ser el mensaje: “Las empresas industriales somos una comunidad que puede leer y construir futuro. Tenemos un proyecto, el movimiento Positive Industry, que nos dice cómo queremos que sea la industria. Vamos a construir un futuro con una industria positiva, que busca un futuro mejor para las personas y el planeta”.

Agradecemos el apoyo al Fórum amec 2022 de:



Y la colaboración de:



¿Cómo se realizan las proyecciones sobre el futuro?

Las personas directivas de las empresas industriales y del ecosistema que asistieron al Fórum amec pudieron aprender cómo se realizan las proyecciones de futuro



¿Cómo será el futuro? Responder a esta pregunta interesa mucho a empresas y gobiernos. Para los que siempre ven nubarrones negros en el horizonte existe una gran noticia: “No hay escenarios buenos o malos. Hay oportunidades y amenazas de futuro. La clave es qué hacemos, qué decisiones tomamos tras conocer estos futuros plausibles para

construir nuestro futuro”, afirma la responsable del Observatorio amec, Susana González.

Por ello es tan importante hacer prospectiva y crear escenarios de futuro plausibles, para preverlos y poder anticiparse. Las personas directivas de las empresas industriales y del ecosistema que asistieron al Fórum amec pudieron conocer

cómo el Observatorio amec traza los posibles escenarios de futuro para que las empresas industriales puedan anticiparse y hacer frente a un futuro incierto y, en el taller de la tarde que impartió el experto futurista Miguel Jiménez, la sistemática con la que se construyen escenarios y proyecciones de futuro.

Asimismo, conocieron el secreto sobre qué es lo que verdaderamente construye nuestro futuro: la narrativa imperante, que se distribuye de manera viral a través de múltiples canales, configurando y alterando la imagen colectiva e individual del futuro. Esta imagen es la que determina nuestras decisiones en el día a día. Es por ello que Miguel Jiménez analiza qué mensajes accionarán un cambio más fuerte en el futuro. Ello depende de quién los emite, su influencia y la cantidad de personas a las que llegan. Así, los asistentes al taller experiencial del Fórum recibieron una guía sobre cuáles son las principales narrativas que marcan los escenarios de futuro.

“La inteligencia colectiva es muy útil, pero nos dejamos arrastrar por nuestros sesgos, en especial el sesgo del conservadurismo. No siempre lo más plausible es lo que sucederá. Los escenarios identifican los riesgos y nos permiten empezar a hacer cosas para aprovechar oportunidades”, afirma la responsable del Observatorio amec.

Larga trayectoria haciendo prospectiva

El Observatorio amec se creó como tal en 2016. Pero “amec practicaba la prospectiva desde hacía mucho tiempo para dar respuesta a las necesidades de las empresas industriales de conocer bien el entorno y anticiparse a lo que pudiera venir”, explica el director general, Joan Tristany. Desde 2010 realiza una proyección sobre cómo pueden desarrollarse los acontecimientos en los distintos países del mundo al año siguiente, en una sesión cada año muy esperada junto con Cesce. El Fórum amec es des-

de 2014 el principal evento de prospectiva industrial; y el Informe de Prospectiva de amec indica desde 2018 qué mercados tendrán mayor interés en el siguiente año.

amec fue asimismo en 2019 una de las primeras organizaciones en implementar su Propósito en lo que avanzó que sería una nueva Era, y definió las grandes nuevas tendencias o Megatrends. Al estallar la pandemia, vio claro que “no sólo era importante dar respuesta a las necesidades inmediatas de las empresas, sino que también vio cómo se iban a acelerar los cambios y presentó el necesario documento Claves para el Cambio de Modelo Productivo” a las administraciones. En 2021 ha definido cuáles son los nuevos factores clave de competitividad, y con el impulso del movimiento Positive Industry marca ahora qué industria queremos para asegurar un progreso compartido por las personas y el planeta en el futuro.

Cientes captados en el entorno digital para ventas que se cierran en el espacio presencial

Las Plataformas de Promoción Internacional de **amec** logran captar el interés de nuevos clientes en momentos y mercados clave para las empresas industriales

El calendario ferial se ha reactivo y las empresas industriales se encuentran inmersas en una ferviente actividad internacional. Pero las cosas no son como antes: la comercialización en el entorno digital se ha desarrollado aún más tras la pandemia y ha pasado a ganar mucha relevancia, hasta el punto de que ya juega un papel importante también cuando tienen lugar los encuentros presenciales.

Los clientes se informan muy bien antes de ir a una feria sobre qué empresas les interesa conocer. **amec** aprovecha estos momentos en los que se producen picos en las búsquedas en Internet de proveedores para posicionar a las empresas españolas a través de las Plataformas de Promoción Internacional, que reúnen a las empresas de cada sector. Para ello lleva a cabo el lanzamiento de campañas de marketing digital que posicionan estas plataformas justo en los mercados de mayor interés para las empresas en ese determinado momento.

“Creamos una landing page relacionada específicamente con cada feria, lanzamos campañas publicitarias digitales y así nos contactan los potenciales clientes”, explica Alicia Miralles, coordinadora de las Plataformas de Promoción Internacional de **amec**. “La promoción internacional es omnicanal. Es importante la presencia física y la promoción digital nos permite informar a los potenciales visitantes internacionales de las

“La promoción digital permite informar a los visitantes internacionales de las empresas que estarán en las ferias, darles visibilidad y hacer matchings previos”

empresas que estarán presentes en las ferias, darles visibilidad y hacer matchings previos para maximizar resultados”, añade Miralles. Así es como coincidiendo con la feria Djazagro, este mes de junio se logró captar la atención sobre las empresas españolas del sector de la tecnología de la alimentación de hasta 1.800 potenciales clientes de las áreas de

influencia. Los expositores españoles del sector de equipamiento urbano en la feria IFAT de Múnich de esta primavera también han captado la atención de numerosos clientes gracias a las más de 1.200 visitas digitales; y los de IFFA en Frankfurt han recibido a su vez 1.200 visitas de potenciales clientes interesados en la tecnología del sector cárnico.

En el marco de ExpoPack en México, tras visitar la Plataforma de Promoción Internacional, diversas empresas mexicanas han contactado con **amec** para encontrarse con las empresas presentes en la Plataforma de Promoción Internacional del sector del packaging, coincidiendo con la feria y tras la campaña de marketing digital lanzada para posicionar bien el sector.

¿Qué dicen nuestros delegados?



“Utilizo las plataformas digitales para hacer promoción, como si estas fueran catálogos de presentación. Cuando empresas americanas me contactan buscando proveedores, o asociaciones o revistas buscan información, las plataformas son una excelente y rápida forma de presentar la calidad, alta tecnología, flexibilidad, e internacionalización de nuestros sectores y empresas”.

Marta Andreu
Representante de **amec** en EE. UU.



“Las empresas chinas de todos los sectores ya están muy integradas en la era digital. La promoción digital es básica y esencial para las empresas. Quien insiste en no hacer cambios en nombre de la tradición, puede pasar a formar parte del libro de historia.”

KeYang Cheng
Representante de **amec** en China



“Estas plataformas son herramientas muy útiles para vincularse a mercados como México, cuya industria tiene el grado de consolidación tecnológica idóneo para recibir la oferta de los fabricantes españoles. Constituyen un gran escaparate para la innovación, por lo que son fundamentales para vincularse a los futuros clientes.”

Juan Alberto Ruiz de Velasco
Representante de **amec** en México



“Las Plataformas de Promoción Internacional de **amec** sirven para mostrar las innovaciones tecnológicas españolas y sus ventajas a los segmentos de clientes en India que desean invertir en sus instalaciones con tecnologías de clase mundial. Responden muy bien a las necesidades B2B para este mercado.”

KC Mani
Representante de **amec** en India

El talento tecnológico es imprescindible para la transformación digital de la industria



Carmen Mur

Fundadora Mur&Partners

La aplicación de técnicas vanguardistas de producción con sistemas inteligentes, la digitalización y transformación digital afecta especialmente a las empresas, su cultura, su modelo de negocio, sus procesos y sus personas. Sin embargo, ha aumentado la presión sobre el talento necesario para hacer frente a una coyuntura de grandes y continuos cambios.

Ocho de cada diez puestos de trabajo que se crearán en el

futuro estarán relacionados con el uso de las tecnologías, indican los estudios. Se trata de una señal que “en prospectiva” nos abre un mar de nuevas oportunidades y de desafíos: el 64% de los empresarios en nuestro país asegura hoy no encontrar perfiles con las competencias requeridas para las posiciones disponibles, mientras que más del 55% de los profesionales cree que su puesto de trabajo evolucionará y será diferente al actual en un corto plazo.

Las empresas necesitan contar con

el talento y los procesos adecuados para ejecutar sus planes estratégicos y es importante contratar a profesionales con las capacidades críticas que van a requerir en los próximos años. De igual modo, también deben implementar planes de formación para sus empleados que les ayuden a construir talento futuro y a disponer de roles que combinen conocimientos específicos con habilidades digitales. Aumenta así la demanda de capacitación en temas como Data Science, Fintech, Blockchain, Growth Hacking, Martech, meto-

dologías ágiles y productividad, así como en soft skills.

Las compañías ya han incorporado la analítica de datos, el uso de modelos avanzados y la IA en sus operaciones y en sus procesos de toma de decisiones. Para ello se necesitan equipos de analytics proactivos, multidisciplinares, ágiles y creativos capaces de responder a todos los desafíos que se vayan presentando. Entre los perfiles más demandados también se encuentran expertos en ciberseguridad, desarrolladores y programa-

dores web e ingenieros de software. Pero también otras áreas, como marketing y ventas o gestión de personas, aglutinan a profesionales muy variados y estrechamente relacionados con el dominio de las nuevas tecnologías.

En Mur & Partners, expertos en ayudar a las empresas industriales a encontrar y formar el mejor talento tecnológico, sabemos cómo este talento, además de generar empleo de calidad, mejora la productividad de nuestra industria.

Encuentro con el presidente Pere Aragonès

La entidad le traslada la situación de las empresas

amec tiene prevista este mes de julio una reunión con el presidente de la Generalitat de Catalunya, Pere Aragonès, en la que le compartirá la situación y las expectativas de las empresas industriales en el segundo semestre del año. El movimiento Positive Industry que impulsa amec y el contenido de su documento *Claves para el Cambio de Modelo Productivo* centrarán también el encuentro.

Expuestos los problemas en las licitaciones

amec da a conocer la situación de las empresas

amec ha expuesto públicamente los problemas que afrontan las empresas que acuden a licitaciones públicas en el actual entorno de inflación y aumento de precios de las materias primas. Los precios de las nuevas licitaciones no se actualizan, al tiempo que las adjudicaciones se realizan en unas condiciones distintas a la situación actual. amec pide a las administraciones que apuesten por esta industria.

El director general de amec recibe el premio DUX a la Innovación de Canal CEO

Reconocimiento a la dirección de una entidad que trabaja por la transformación y el impulso de una industria que aporta progreso

El director general de amec, Joan Tristany, ha sido reconocido con el premio DUX a la Innovación que otorga Canal CEO. Se trata de un reconocimiento a la dirección de una entidad que ha trabajado en los últimos años promoviendo la adopción de un Propósito en las empresas y organizaciones con el convencimiento de que puede ser un instrumento de alto impacto transformador en la sociedad. Ello ha llevado a la propia amec no sólo a tener su propósito, sino también a impulsar el movimiento Positive Industry, que reúne a las empresas industriales comprometidas con un progreso sostenible. Esta iniciativa trabaja para encontrar el apoyo necesario para que la industria sea una apuesta decidida en este país, pero no cualquier industria, sino aquella comprometida con el bienestar y el progreso.

Tristany recibió el premio en una gala en el Teatro Barceló de Madrid ante la presencia de más de 130 personas de la alta dirección del nuevo management. "Es necesario que los líderes de cualquier empresa, sea grande o pequeña, tengan la capacidad de transformar", afirmó Tristany en su discurso tras recibir el galardón. En este sentido, se mostró especialmente agradecido por recibir un premio en el ámbito de la innovación: "En algún momento de mi carrera alguien me dijo que la investigación convierte el dinero en conocimiento y, la innovación, el conocimiento en dinero, pero no es así: debemos innovar para convertir en conocimiento en dinero pero también en bienestar, igualdad...". Así, se dirigió a las personas directivas presentes, "personas con ganas de transformar, y continuar esta senda para construir una sociedad mejor. Pero debemos trabajar para este futuro", y se mostró agradecido a quienes le han inspirado a lo largo de su trayectoria y

al equipo de amec, en especial "a los que corrigen y hacen ver que hay que tomar otros caminos. Esta es la base de la innovación".

Joan Tristany es Economista y Actuario por la Universidad de Barcelona, y PDG por el IESE. Es miembro del Observatorio de la Internacionalización, de la Comisión Consultiva de Negociaciones Comerciales Internacionales, de la Junta Directiva de la Asociación Española de Normalización (UNE), así como de los Comités Organizadores de diversas Ferias industriales españolas, y del Comité de Orientación estratégica del ICEX. Relator en el III Congreso de Economía y Empresa de Catalunya, ha sido consejero del Consejo de Administración del ICEX, fue miembro del Comité Ejecutivo del COPCA, y coautor de diversas publicaciones relacionadas con la industria y la Internacionalización.



"Es necesario que los líderes de cualquier empresa, sea grande o pequeña, tengan la capacidad de transformar", afirmó el director general de amec, Joan Tristany



El director general de amec, Joan Tristany, en su intervención tras recibir el premio DUX a la Innovación.

"El cambio de modelo pasa por la industria", explica Guri en París



Viene de portada. El subdirector de amec profundizó sobre cómo están cambiando las cadenas de valor global, la marcha de la aplicación de los Fondos Next Generation para favorecer la reindustrialización y el camino hacia la neutralidad en las emisiones, temas que centraron el debate entre los expertos. En este punto, evaluó las actuaciones que se están llevando a cabo para aminorar la dependencia energética y para lograr una energía 100% renovable. "En estas líneas de trabajo, el esfuerzo de los gobiernos será vital. El cambio de modelo pasa por la industria, pero está claro que no podemos hacerlo solos", afirmó, apelando al apoyo y compromiso hacia la industria de gobiernos e instituciones europeas.

No obstante, Guri mostró cómo la industria está haciendo un grandísimo esfuerzo, que se ejemplifica a la perfección en el movimiento Positive Industry que impulsa amec. Así, subrayó que "la reindustrialización de la economía debe realizarse no mediante cualquier industria, sino a través de una industria positiva, que suma al ecosistema empresarial, a la sociedad y el planeta y que actúa comprometida con el progreso".

Reunión con el Gobierno Vasco sobre cómo impulsar el modelo industrial



La junta directiva de amec y la consejera Arantxa Tapia, tras la reunión.

La Junta Directiva de amec se ha reunido esta primavera en San Sebastián, con la participación de empresas de la entidad ubicadas en Euskadi y Navarra. La Junta se reunió asimismo con la consejera de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco, Arantxa Tapia Otaegi, con el fin de intercambiar impresiones sobre cómo impulsar las políticas industriales y fortalecer el tejido productivo.

La Junta Directiva dio a conocer a la consejera el movimiento Positive Industry que impulsa amec. Precisamente, las políticas del Gobierno Vasco están muy alineadas con los objetivos que persigue amec. Tapia lidera un departamento que asume el reto de superar el 40% del PIB en la industria; reducir el paro por debajo del 10%; lograr la convergencia en I+D con la media europea; reducir en un 30% la emisión de ga-

ses de efecto invernadero y que la energía renovable representen el 20% del consumo. A ello se suma un decidido impulso de la FP, aspectos en su conjunto integrados en el documento Claves para el Cambio de Modelo Productivo que presentó en 2020 amec.

Tras el encuentro, las empresas visitaron el centro de investigación y desarrollo tecnológico Tecnalia, AFM, el Centro Tecnológico IDEKO e IMH, el Campus Integrado de Formación Profesional del Gobierno de Euskadi, Formación Universitaria adscrita a la UPV/EHU y el Centro Formativo de AFM Cluster. Gracias al conocimiento de la realidad industrial en España, amec se erige como interlocutor y realiza propuestas al Gobierno y a las administraciones autonómicas para lograr que la industria pueda contribuir y garantizar un buen desarrollo económico y social.

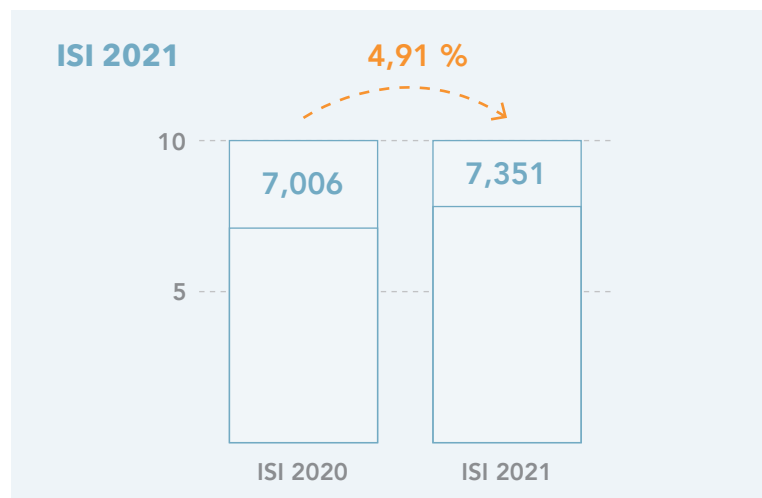
El ISI refleja cómo la recuperación va de la mano del comercio exterior

Impulsan esta mejora el buen comportamiento del Indicador de las Exportaciones, que se recuperan tras la pandemia, así como el Indicador del Peso de las Exportaciones sobre el PIB

La solidez de la internacionalización de la economía española mejoró un 4,91% a lo largo de 2021. Así lo indica el Índice de Solidez de la Internacionalización (ISI), elaborado anualmente por amec, la comunidad de las empresas industriales internacionalizadas, que evalúa un total de 19 indicadores. Este índice sitúa la solidez de la internacionalización en los 7,351 sobre 10 en 2021, aumentando desde los 7,006 puntos sobre 10 de 2020.

Impulsan esta mejora el buen comportamiento del Indicador de las Exportaciones, que se recuperan tras la pandemia, así como el Indicador del Peso de las Exportaciones sobre el PIB. “La recuperación en 2021 ha ido de la mano de la industria y el mercado exterior. De nuevo se valida la importancia del sector productivo como garante de una mayor estabilidad en tiempos de crisis”, explica el director general de amec, Joan Tristany. Este es uno de los motivos por el cual amec trabaja en favor del reconocimiento del importante papel que ejerce la industria, garante de progreso, impulsando, entre otras acciones, el movimiento Positive Industry.

Asimismo, el Indicador de Base Exportadora mejora notablemente



El ISI ha experimentado una variación positiva del 4,91% en el último año.

porque aumenta el número de empresas españolas exportadoras respecto a las totales. Cabe destacar que esta ratio ha progresado más en España que en nuestros principales competidores europeos.

Pese a mejorar el Indicador de Inversión Extranjera, debido a la llegada de nuevas inversiones a España tras la pandemia, cae el Indicador de inversión española directa en el exterior.

Por otro lado, el Indicador de Diversificación Sectorial mejoró en 2021, ya que la concentración que la pandemia provocó en algunos

“De nuevo se valida la importancia del sector productivo como garante de una mayor estabilidad en tiempos de crisis”, explica el director general de amec

sectores, como son el agroalimentario y el químico, se redujo considerablemente. A ello hay que añadir que la crisis de suministros de 2021 afectó negativamente a

algunos de los sectores con mayor concentración, como el automovilístico.

Indicadores que deben mejorar

El ISI cuenta con algunos indicadores débiles: el Indicador de Diversificación Empresarial, el Indicador de Intensidad Tecnológica, el de Inversión Pública, el de Inversión en el Exterior y el Indicador de Barreras. El Indicador de Intensidad Tecnológica mejora en 2021 porque el peso de las exportaciones españolas de alto nivel tecnológico sobre el total de las exportaciones ha aumentado. Se trata de un pequeño avance sobre el que hay que seguir trabajando: “Para que la industria española internacionalizada pueda seguir brindando en el futuro estabilidad a nuestra economía debemos garantizar que se trata de una industria y una internacionalización innovadora, que nos asegure seguir poder participando ampliamente en las cadenas de valor global”, ha añadido Tristany.

En este sentido, el Indicador de Inversión Pública destinada a la internacionalización mejora levemente tras dos años de estancamiento. No obstante, “la inversión sigue encontrándose

se un 200% por debajo de la del presupuesto de 2008”, ha explicado el director general de amec, que ha incidido en la necesidad de transformar las actuales herramientas de fomento a la internacionalización y “ofrecer a las empresas las nuevas herramientas necesarias para que puedan virar hacia el nuevo modelo, que es distinto al que teníamos hasta ahora, y que se basa en una presencia

La inversión pública es un 200% inferior a 2008 en un momento en el que hay que transformar las actuales herramientas de fomento de la internacionalización

en los mercados tanto física como digital”. Por otra parte, el Indicador de Barreras, ya en mínimos en 2020, empeoró aún más en 2021 debido a que las dificultades de las empresas para desarrollar su actividad internacional siguieron aumentando, ante los problemas de suministros y el aumento de precios de las materias primas.

NUEVA COMPETITIVIDAD

Los nuevos factores de competitividad de amec calan en las empresas y la universidad

Instituciones formadoras de los futuros ejecutivos y ejecutivas los incluyen ya en sus programas, másteres y posgrados

Era enero de 2020 cuando amec definió cuáles son los nuevos factores de competitividad de las empresas industriales en lo que ya observó como el inicio de una nueva era: adaptabilidad, glocalización, sostenibilidad, colaboración y anticipación. La pandemia de la Covid-19 aceleró la transición hacia este nuevo modelo de competitividad que ya se ha hecho inherente en todas las empresas.

Desde entonces, y como pionera, amec forma en estos factores clave a través de cursos que los abordan tanto de forma íntegra como de manera específica. Esta formación permite a las empresas comprender el contexto ac-

tual y crecer en él. El resultado son “empresas más preparadas y que afrontan con mayor éxito un entorno que se transforma cada vez a mayor velocidad”, explica el subdirector de amec Óscar Puig. amec celebrará del 20 de septiembre al 29 de noviembre la tercera edición del programa que permite desarrollar los cinco factores esenciales de competitividad empresarial, dirigido a directivos y directivas y especialistas que desean liderar el cambio en su empresa hacia un nuevo modelo ágil y sostenible frente al nuevo entorno.

Los nuevos factores de competitividad definidos por amec han ca-

lado hasta el punto que la universidad ya los ha incluido también en los estudios dirigidos a futuras y futuros líderes empresariales. Así, la universidad UManresa cuenta con la colaboración de amec en la organización y en el desarrollo de cursos, posgrados, másteres y otros programas formativos de la universidad. Por ejemplo, su MBA los refleja en un proyecto que pretende consolidar la apuesta de los estudios de Empresa por la visión internacional y el nuevo horizonte económico global. Como UManresa, otras universidades españolas se han mostrado interesadas por incluir en su formación los nuevos factores clave de competitividad de amec.



El MBA de UManresa cuenta con el conocimiento de amec para la nueva competitividad.

El producto y el servicio serán la clave, no el precio

El sector de la tecnología del envase y embalaje evoluciona respondiendo a la transformación de clientes, proveedores y de la coyuntura. ¿En qué dirección, en qué se basa esta transformación y de qué forma operará? La Jornada del Sector, conducida por el presidente de **amec envasgraf**, Michele Palma, y la Key Account Manager, Carmina Castellà, reunió a la industria en la sede de DFactory en Barcelona para dar respuesta a estas preguntas. “El producto o servicio será clave y el precio pasará a un segundo plano. Algo muy distinto a lo ocurrido en los últimos años”, explicó el experto en Estrategia de Compras y asesor de grandes em-

presas de la alimentación y farmacia y coordinador del Área de Compras de IQS, Jordi Civit. El presidente de **amec envasgraf** explicó cuál es la situación de las empresas y cómo evoluciona el mercado frente a los problemas de acceso a materias primas y aumento de precios. “Los directores de compras han modificado sus estrategias. La gestión de costos y proveedores ha cambiado” y con ello la organización de las plantas de producción a nivel internacional. Si la guerra se encontraba en los precios y los costos, Civit indicó dónde ponen el foco las empresas y qué diferencias ha supuesto en su forma de operar, para ganar adaptabilidad y flexibilidad.



El nuevo modelo de construcción sostenible

La construcción de viviendas está evolucionando hacia nuevos modelos más sostenibles. La Jornada del Sector de la comunidad que integra a los fabricantes españoles de equipamiento eléctrico de baja, media y alta tensión sirvió para conocer qué tipos de nuevos materiales e instalaciones se utilizan en su fabricación. Para ello se visitó la vivienda con la calificación más alta posible según las dos certificadoras más consideradas del mundo en temas de sostenibilidad, PASSIVHAUS y GREEN BUILDING.

José Antonio González, fundador y CEO de ARQUI-

MA, empresa líder en el sector de la construcción industrializada de viviendas, recaló que el futuro de la construcción de viviendas pasará por la fabricación industrializada y la pasividad, sostenibilidad y saludabilidad de las mismas. Durante el encuentro se detalló, respondiendo a las preguntas de los asistentes, todo el proceso necesario para llegar a la máxima certificación medioambiental. “La construcción en estos términos está creciendo de forma exponencial”, destacó el Key Account Manager de **amec amelec**, Josep Maria Borràs, lo que supone una oportunidad para las empresas industriales.

Oportunidades muy diversas en las nuevas ciudades

Las empresas de equipamiento para el entorno urbano y la movilidad presentaron sus soluciones innovadoras en la Jornada del Sector, que las reunió con el director del Servei Català del Trànsit, Ramon Lamiel; el Comisionado de la Agenda 2030, Miquel Rodríguez, y el gerente de Medio Ambiente y Servicios Urbanos del Ayuntamiento de Barcelona, Frederic Ximeno; asó como con el jefe de la Sección de Movilidad Sostenible del Área Metropolitana de Barcelona, Marc Iglesias. Conocieron además los

procesos de licitación que impulsan estas administraciones y cómo informarse de todos ellos. Los responsables, por su parte, presentaron los proyectos en ejecución y los previstos en los próximos años en Barcelona, el Área Metropolitana y las infraestructuras viales en Catalunya. “Se evidenció la cantidad de servicios necesarios de desarrollo tecnológico, mobiliario e infraestructuras que pueden proveer las empresas del sector”, explicó Aleix Serralloga, Key Account Manager de **amec urbis**.



Transferencia de conocimiento entre las empresas miembro de amec y de CEAM

Las empresas comparten experiencias, retos y soluciones

La colaboración y la transferencia de conocimientos son fundamentales para ganar competitividad. Convencidos de ello, **amec** y el Centro de Estudios y Asesoramiento Metalúrgico (CEAM) ya han empezado a trabajar en esta dirección.

Las empresas de ambas entidades se han reunido en junio para compartir entre ellas prácticas, puntos de vista y soluciones para acceder al talento necesario para impulsar

la Industria 4.0. El acuerdo de colaboración que han rubricado los presidentes de **amec**, Pere Relats y de CEAM, Jaume Alsina, prevé desarrollar, además de encuentros de networking, acciones conjuntas como la participación en eventos, formaciones y otros proyectos. “Nuestra comunidad de empresas quiere ir más allá y conocer de cerca las experiencias de otras realidades industriales. Relacionarnos con todo el ecosistema industrial nos permite evolucionar, crecer

juntos”, explica el presidente de **amec**, que ve en el acuerdo con CEAM una forma “totalmente apropiada de dar respuesta a esta inquietud”. El presidente del CEAM considera que la colaboración entre ambas entidades es completamente natural: “Tenemos inquietudes similares y una larga trayectoria en el mundo industrial, que han sido la base para la identificación de sinergias y el diseño de un plan de actuaciones conjuntas con voluntad de hacerlo crecer”.

NUESTRA COMUNIDAD SUMA

5 nuevos miembros en amec

En el último trimestre nuevas empresas se han unido a nuestra comunidad para compartir conocimiento e impulsar su internacionalización



Montronic. Circuitos electrónicos



STS. Señalización electrónica



NIUKO. Mantenimiento predictivo para farma



Estel Grup. Estampación en caliente de metales



Vega Chargers. Cargadores VE.

Positive Industry

el movimiento de los miembros de amec

para impulsar y defender una industria innovadora, colaborativa y sostenible.



MIMASA

Albert Puxan

“Las industrias debemos entender que somos agentes del cambio, además de comunidades de personas que individualmente podemos acelerar este proceso con nuestras pequeñas decisiones diarias. ¡Hemos venido a sumar!”.

HISPABAÑO

Vanessa Muñoz

“Nos sumamos al movimiento Positive Industry porque creemos firmemente en el crecimiento sostenible de la industria y la economía, y trabajamos por hacer una empresa más global a la vez que más humana.”

TRAKTECH

Jordi Torres

“En Traktech estamos orgullosos de participar y promocionar el movimiento Positive Industry, porque compartimos los valores y la filosofía de esta iniciativa. ¡Seamos el cambio que querríamos ver en el mundo!”

Endorsers, nuestra voz en las instituciones y entidades

Raül Blanco

Secretario general de Industria y la Pyme

“Tener una industria fuerte es nuestra garantía para ser competitivos en el mundo. El movimiento Positive Industry subraya el papel protagonista que tiene nuestra industria en el cambio de modelo productivo que necesitamos”.

Albert Castellanos

Secretario de Empresa y Competitividad de la Generalitat de Catalunya

“La industria tiene un papel clave en el desarrollo económico mundial. Es importante que las instituciones apoyen movimientos para impulsarla, por eso somos Positive Industry”.

Personalidades comprometidas con el movimiento

Xavier Ferràs

Doctor en Economía y Dirección de Empresas

“Enhorabuena por vuestra defensa de la industria y de la industrialización inteligente, inclusiva y sostenible”.

Juan Tugores

Doctor en Economía

“Una iniciativa tan lúcida como imprescindible”.

¿Por qué apostamos por la Industria Positiva?

Por cada **empleo** que se crea en la industria, se generan:

x2,2

empleos más en el resto de sectores

Por cada **€ de PIB** que se genera en la **Industria**, se crean:

x0,5

€ más en los demás sectores productivos

Por cada **€ invertido en innovación industrial**, se generan:

x4

€ más en los demás sectores

La industria tiene unos efectos de arrastre **potentísimos**, es **generadora de riqueza** y un **agente de transformación social y económica**. Por eso la impulsamos y defendemos.

Por la industria **sostenible, innovadora y comprometida**.

¡Súmate al movimiento!

Vuestras voces nos animan a seguir luchando para conseguir que se reconozca a la industria como uno de los **agentes con más poder de transformación social y económica**.

positiveindustry.org/sumate

