

EMPRESAS

BREVES

Carrefour contrata a 5.500 personas

Navidades de récord. La compañía ha reforzado el sector de atención al cliente. Pese al variado perfil de los candidatos, predominan los jóvenes demandantes de su primer empleo.



Atención emocional al cliente

Inbenta ha desarrollado una función que detecta el tono de las palabras para responder a las necesidades de sus clientes de forma personalizada. Franklin Planner, compañía que ha incorporado esta herramienta, incrementó la conversión de la búsqueda a la compra del producto en un 20%.

70%

AUMENTA la intención de construirse una casa entre los españoles, según el estudio del planificador de reformas y obra nueva Plan Reforma.

Validated ID triplica su facturación

La empresa tecnológica anuncia su expansión por Europa y Latinoamérica en 2015. La compañía ha aunado seguridad y sencillez en un único servicio, algo que partners y clientes valoran especialmente.

Michel Taride

Presidente de Hertz España: «La gente hace cada vez viajes más improvisados. Nos estamos adaptando a esta realidad»



La industria de Defensa, un motor económico en alza

Con un 33% más de facturación que en 2013, el sector afronta el futuro con optimismo y en busca de nuevos proyectos



FERNANDO CANCIO

Más de 5.650 millones facturados en 2013, cerca de 20.000 empleados, una productividad 2,6 veces mayor que la media española... Éstas son algunas de las cifras de uno de los sectores industriales clave en España y que, aunque a veces olvidado, maneja unos datos de ventas que representan el 0,5% del PIB nacional: la industria de Defensa. Es lo que se desprende del último informe elaborado por la Asociación Española de Empresas Tecnológicas de Defensa, Aeronáutica y Espacio (TedaE) que, en su conjunto, muestra un crecimiento superior al 8%, siendo el de Defensa el que más crece: un 33%. Y es que, tal y como asegura TedaE, España es «una de las pocas naciones cuyas empresas pueden manejar todo el proceso industrial: innovación, producción, despliegue, mantenimiento...». Y, sobre todo, de reconocido prestigio internacional, pues el 70% de la facturación proviene de las exportaciones y, junto a esto, el 10% se reinvierte en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

Unas cifras que, tal y como afirmó el presidente de la Asociación, Adolfo Menéndez, «apuntan a un inicio y la recuperación económica», mostrándose «esperanzado» de cara al futuro.

Quizás una de las variables «malas» sea la caída de la demanda interna (pasa de 2.354 millones a 1.743), aunque lo han compensado con un aumento de más del 100% de

las exportaciones. Emiratos Árabes Unidos (18,35%), Australia (15,59) y Reino Unido (13,98%), son los principales países de destino de sus productos, destacando las plataformas aeroespaciales como las más demandadas (71% del total), seguidas de las navales (16%).

Todo esto, si bien se refiere al pasado 2013, hace que, de cara al futuro, se mantenga la esperanza de que la tónica siga, al menos igual. Aunque, debido principalmente a la complejidad y duración de los programas en los que participan las empresas españolas, la industria prefiere no vaticinar resultados, el presidente de TedaE confía en que «el esfuerzo realizado se vea reflejado, de manera positiva, en los próximos ejercicios».

EXPORTACIONES

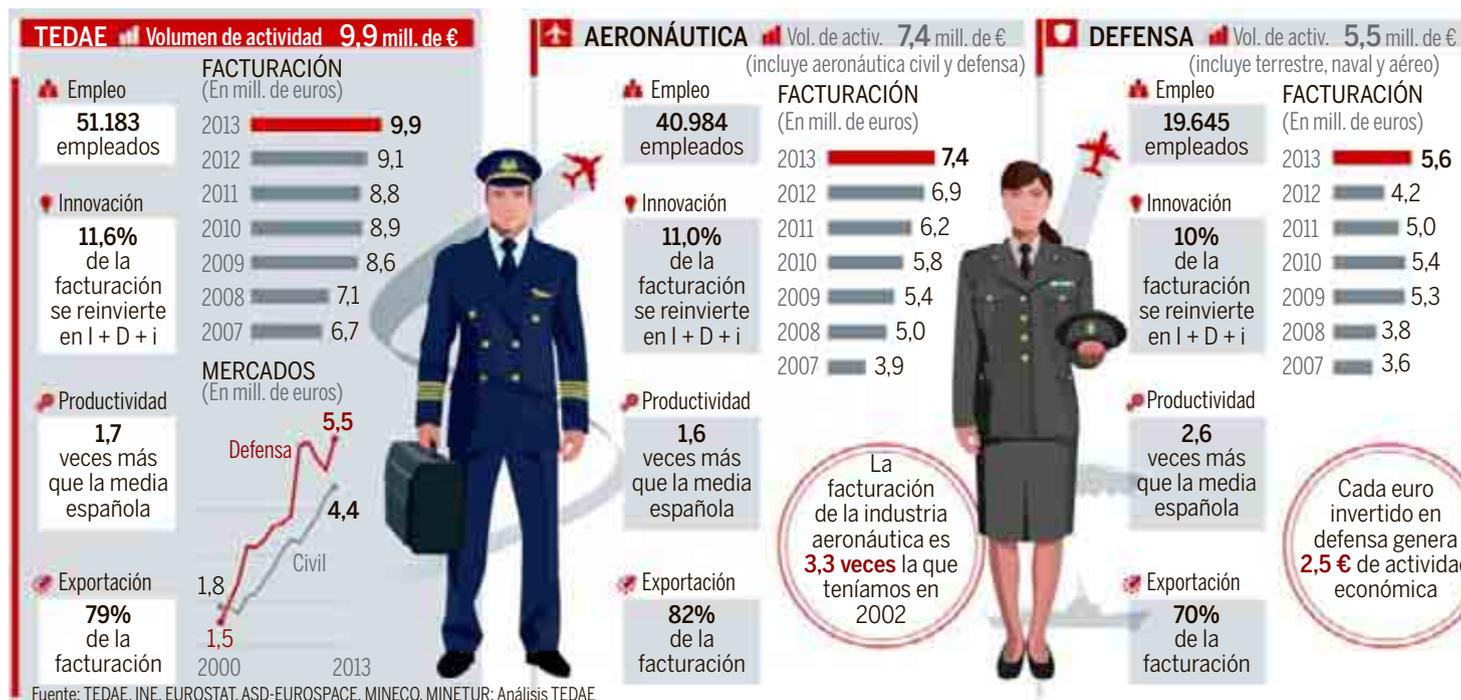
Una de las claves del éxito que ha cosechado la industria de Defensa es, según Menéndez, «el gran esfuerzo de diversificación, incrementando sus exportaciones a medida que disminuía la demanda interna». Como ejemplo, el sector aeronáutico, que ha incrementado un 100% el volumen de sus exportaciones en un solo ejercicio. Pese a esa caída de ventas nacionales por la crisis económica, la industria confía en que, poco a poco, la demanda se recupere progresiva-

mente. Entre otros motivos, porque «de cada euro invertido en este área se generan 2,5 euros de actividad económica», sin olvidar que es más productiva que la media española, crea empleo estable y en muchas de las regiones en las que está presente «ejerce un papel fundamental como dinamizador económico», destaca Menéndez.

Por lo tanto, se muestran muy optimistas con la llegada de nuevos programas de adquisiciones, como el de los nuevos Buques de Acción Marítima (BAM) para la Armada, cuya construcción inició hace pocos días Navantia en los astilleros de San Fernando y Ferrol; el de las fragatas F-110, uno de los buques más modernos con los que contará la Marina española y para el que

el Gobierno ya ha destinado 37 millones este año, o el desarrollo tecnológico de los vehículos blindados 8x8, que sustituirían a los actuales BMR y que ya cuentan con una dotación inicial de 41 millones. Pero, sobre todo, el futuro, tanto de la industria nacional como del sector de la defensa, pasa por capacidades cada vez más modernas como son los RPAS, es decir, sistemas aéreos tripulados remotamente, más conocidos como UAV o drones. Son muchos los ejércitos de todo el mundo que ya han comenzado a incluirlos en sus filas y España, que cuenta con varios de ellos—como el «Searcher»,

«El sector maneja unos datos de ventas que representan el 0,5% del PIB nacional»



que estuvo desplegado en Afganistán—, también ha mostrado su interés no sólo en ampliar su número, sino en modernizarlos.

Sin embargo, aumentar la facturación en casa no es el único reto al que se enfrentan estas empresas aeronáuticas o de defensa. Nuevos mercados, nuevos competidores, programas cada vez más exigentes. En esa adaptación estará, según el presidente de Tedae, el éxito en el futuro. «La industria española está comprometida con el futuro y preparada para afrontar los nuevos escenarios», asegura. Y añade que no sólo luchan «para acceder a nichos en el mercado global con especialización, innovación e internalización», sino que también «trabajamos para ganar competitividad orientada al cliente y la máxima eficiencia en nuestras cadenas de suministro».

«Ambición y entusiasmo» son las dos palabras con la que Menéndez define la posición de la industria española para lo que está por llegar, intentando «mantener la ventaja tecnológica» y recalando su contribución a la economía nacional o a la creación de empleo «estable, muy estable».

Aun así, son conscientes de que existen nuevos competidores o amenazas, que resumen en «volatilidad, fragilidad, complejidad y aceleración de los cambios escénicos». ¿Cómo hacerles frente? «Con los pies bien apoyados en la tierra. Pensando más, antes y mejor que los demás», sentencia.

Tedae también representa a otros dos sectores clave para la industria española: el Aeroespacial y el del Espacio. El primero aumentó su facturación en 2013 un 7,2 % (de 6.900 a 7.400 millones), siendo 1,6 veces más productivo que la media española y garantizando cerca de 41.000 puestos de trabajo estables. Mientras, el espacial mantuvo su facturación de 730 millones de euros, logrando un crecimiento del 49% respecto a 2007. En ambos casos, más del 70% de la facturación procede de exportaciones. En su conjunto, los tres sectores subsisten gracias a las ventas a otros países (79% de la facturación), por lo que el reto es que esos pequeños signos de recuperación económica que ya parecen verse en España se traduzcan en carga de trabajo, programas nacionales y creación de empleo.

Nace Wamos, un nuevo grupo turístico

Aglutina compañías del sector punteras y con amplio bagaje. Incrementará su oferta vacacional e incorporará dos aviones



De izquierda a derecha: José M^a de la Cruz (Wamos circuitos), Martín Gruschka (Springwater), Enrique Saiz (Wamos Air) y Rafael Montoro (Nautalia Viajes y Wamos Tours)

REDACCIÓN

La empresa surge de la integración de Wamos Tours, Wamos Circuitos, Nautalia Viajes y Wamos Air. Bajo este nuevo nombre busca expandir su actividad y centrar sus objetivos futuros en una ampliación de la compañía, tanto en el número de destinos turísticos que ofrece y en la flota aérea que posee, como en la cantidad de franquicias y establecimientos asociados que tiene distribuidos por el país.

¿Qué se esconde detrás de Wamos? Se trata de la nueva marca de una empresa turística. Aglutina varias compañías del sector, todas ellas punteras y con una amplia experiencia y bagaje, que han decidido unirse para reforzar su proyección. En concreto, Wamos está formado por dos tour operadores: Wamos Tours y Wamos Circuitos; una línea aérea: Wamos Air; y la red de agencias de Nautalia Viajes. Un 81% de este grupo es propiedad de la sociedad Andros (integrada a su vez por Springwater Capital y Gowaii) y de Royal Caribbean, el 19% restante. «Estamos muy orgullosos de poder presentar a la opinión pública una marca joven, vitalista, con espíritu ambicioso, y con una clara vocación de ser referente indiscutible en la calidad de su servicio y sus elevados estándares de calidad», afirma Martín Gruschka, presidente y socio fundador de Springwater. No hay que olvidar que, en marzo de 2014, Pullmantur cerró la venta al consorcio formado por Gowaii y Springwater de sus empresas dedicadas a actividades turísticas no relacionadas con el negocio de cruceros.

Tras un pequeño periodo transitorio en el que las partes acordaron un permiso para seguir usando la marca Pullmantur, tanto el área mayorista de touroperación y circuitos terrestres como su línea aérea operarán bajo el nombre de Wamos.

PROYECTOS EN MARCHA

El nuevo grupo ya tiene fijados sus objetivos para 2015: la ampliación de la oferta vacacional en el número de destinos, la incorporación de dos nuevos aviones a la línea aérea y la implantación progresiva del modelo de franquicias de Nautalia Viajes con nuevos establecimientos. «Queremos reforzar todas las líneas de negocio actuales: potenciar la red minorista mediante aperturas tanto de tiendas propias como franquicias y asociadas; continuar con el desarrollo de nuevos destinos en el área mayorista, después del lanzamiento este año a Canarias y el incremento de más del 10% en 2014 de las operaciones al Caribe, e incorporar nuevos aviones para aumentar las operaciones de Wamos Air», señala el responsable de Springwater Capital.

Wamos mantiene un fuerte compromiso con sus clientes, basado en conservar la excelencia en los servicios que les ofrecen. Asimismo, comparte los valores corporativos con los grupos que lo integran, como la gran importancia que le otorgan al trabajo en equipo y a la integridad del perso-

nal, sin pasar por alto la responsabilidad social. Respecto a las empresas que forman esta nueva compañía, Wamos Tours ofrece paquetes vacacionales al Caribe y a las Islas Canarias. Así, se ha convertido en un referente en estos viajes, sobre todo a República Dominicana y Caribe Mexicano. Al año, más de 80.000 turistas confían en sus viajes. Wamos Circuitos ha ampliado recientemente sus ofertas que permiten al público americano conocer Europa a un precio asequible, además de Marruecos y Oriente Medio. De hecho, en la actualidad cuenta con más de 150 programas distintos entre cruceros y rutas. La compañía aérea, Wamos Air, se creó originariamente para prestar un servicio de vuelos al grupo Pullmantur. Principalmente para realizar viajes al Caribe y completar así su oferta. Ahora, a sus cuatro rumbos se les sumarán dos más en 2015. Por su parte, Nautalia Viajes se dedica a la comercialización de productos y servicios turísticos que abarcan desde viajes, vacaciones,

reservas de hotel y cruceros, hasta alquileres de coches o reservas de billetes de avión. De hecho, es una de las agencias más importantes en comercialización de cruceros y viajes al Caribe. Se trata de una de las agencias que cuenta con mayor número de puntos de ventas, con más de 200 oficinas en territorio nacional y 600 profesionales en sus filas.

