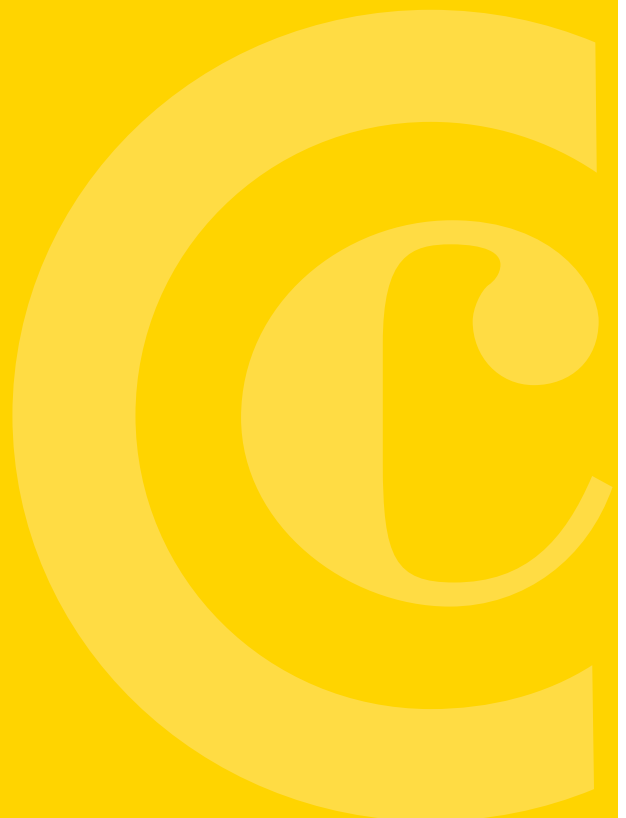


Opinión

Opinion

Opinion

Meinungen





DON PABLO DE GRACIA PÉREZ

PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE ALCOY
PRESIDENT OF THE OFFICIAL CHAMBER OF COMMERCE, INDUSTRY AND SERVICES OF ALCOY

Optimismo y recuperación, pero pendientes de la geopolítica.

La superación de la peor fase de la pandemia y la reactivación de todos los sectores productivos se ha constituido como el mejor de los revulsivos para remontar una situación realmente complicada, tanto para las grandes empresas como, sobre todo, para las PYMES. Muchas han caído en el camino al no poder soportar los gastos financieros, de recursos humanos y la falta de negocio.

Por todo ello, 2021 ha sido el año de la recuperación y la Economía fue de menos a más pese a los rebrotes del coronavirus y el aumento de precios y costes.

2022, por su parte, ha comenzado a toda máquina, con gran optimismo, producción y especialmente con unos números excepcionales por lo que respecta a la internacionalización.

2022 prometía ser quizás una de las mejores anualidades del nuevo siglo, pero, con el verano a la vuelta de la esquina y la previsible explosión del Turismo, verdadero motor de la economía valenciana junto a la Industria, factores geopolíticos amenazan con provocar nuevas crisis con claro efecto sobre las ventas al exterior.

La indeseable invasión de Ucrania por parte de Rusia ha desestabilizado, de nuevo, las economías globales y ha sembrado las dudas en el mercado exterior. De prolongarse el conflicto, materias primas importantes y clientes objetivos consolidados pueden verse afectados negativamente. La Guerra se une a la crisis de los componentes, herencia de la Pandemia en el sureste asiático. El insoportable precio de los combustibles afecta a las economías domésticas, pero también a toda la cadena de producción de las empresas. Los conflictos diplomáticos con Argelia tampoco ayudan a generar un ambiente propicio para la ansiada estabilidad.

Pese a todos estos factores, sucesos y situaciones ajenas al propio empresariado, la actividad, la producción y las ventas al exterior se miden con cifras positivas.

Si comparamos las certificaciones de operaciones al exterior tramitadas por la Cámara de Alcoy en los primeros cinco meses de 2019, 2021 y 2022, descubriremos que el año en curso tiene todos los indicios de convertirse en el más positivo. Y es que, en 2019, a fecha de 31 de mayo se formalizaron 321 certificados. En mayo de 2021, 508 y en el 2022, 555 certificaciones.

Por áreas geográficas, la recuperación se ha registrado en todos los continentes siendo los sectores productivos de Alcoy más exportadores los de maquinaria, textil, cosmético y agroalimentario. En cuanto las áreas geográficas, el norte de África, Europa, China y Oriente Medio se consolidan como las más fieles a los productos alcoyanos.

Las empresas de Alcoy, inconformistas y emprendedoras, de la mano de su Cámara de Comercio y de otras administraciones, trabajan conjuntamente para convocar acciones exportadoras, mejorar sus estructuras internas y su formación para abrir nuevos mercados y consolidar los actuales.

Optimism and recovery, notwithstanding geopolitics.

Getting past the worst phase of the pandemic and the reactivation of all productive sectors has been the best catalyst to overcome a really complicated situation, both for large companies and, above all, for SMEs. Many have fallen by the wayside unable to bear the financial and human resources costs and business downturn.

As a result, 2021 was the year of recovery and the Economy progressed gradually despite coronavirus outbreaks and rising prices and costs.

On the other hand, 2022 has started at full speed, with great optimism, strong production and especially with outstanding performance in terms of internationalisation.

The year 2022 promised to be perhaps one of the best years of the new century, but, as summer is just around the corner along with the foreseeable explosion of Tourism, the real driving force of the Valencian economy together with Industry, geopolitical factors threaten to provoke new crises that could have an impact on foreign sales.

Russia's tragic invasion of Ukraine has once again destabilised global economies and cast doubts on foreign markets. If the conflict is prolonged, important commodities and key established customers may be adversely affected. The war comes on top of the components crisis, a legacy of the pandemic in Southeast Asia. Unbearable fuel prices affect domestic economies, but also the entire production chain of companies. Diplomatic conflicts with Algeria are not helping to create conditions favourable to the desired stability.

Despite all these factors, events and situations beyond control of the business community, activity, production and foreign sales are showing positive figures.

If we compare the foreign trade official certifications processed by the Chamber of Alcoy for the first five months of 2019, 2021 and 2022, we find that the current year has every indication of becoming the most positive one. In 2019, there were 321 certifications registered as of 31 May. In May 2021, 508 and in 2022, 555 certifications.

In terms of geographical areas, there has been a recovery in all continents, with Alcoy's machinery, textile, cosmetics and agri-food sectors being the most important exporters. North African, European, Chinese and Middle Eastern markets consolidate as the most loyal to Alcoy's products.

The nonconformist and forward-looking companies in Alcoy, together with the Chamber of Commerce and other administrations, are working together to organise export actions, improve their internal structures and training in order to open new markets and consolidate current ones.



DON MARIO A. MARTÍNEZ MURCIA

PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE ORIHUELA
PRESIDENT OF THE OFFICIAL CHAMBER OF COMMERCE, INDUSTRY AND SERVICES OF ORIHUELA

Nos encontramos un año más ante estas páginas, en este espacio que nos ofrece este Catálogo de Exportadores, para profundizar y reflexionar sobre la situación actual de las empresas de la provincia de Alicante con respecto al comercio. Un año en el que tampoco lo hemos tenido fácil como consecuencia de la materialización del conflicto entre Ucrania y Rusia y todo lo que ha derivado de él. Lo más grave sin duda la triste pérdida de vidas humanas y los daños materiales que en algunos casos suponen la práctica destrucción de ciudades enteras. Económicamente esta guerra ha provocado que numerosas firmas comerciales que exportaban a estos países desde nuestra provincia o llevaban a cabo su actividad en estos territorios, tuvieran que replantear su estrategia comercial en los últimos meses.

Los efectos de esta guerra europea en el comercio internacional se unen a los últimos coletazos de la pandemia de Covid-19. Una situación de la que nuestras empresas y comercios están, afortunadamente, algo más recuperadas con la mejora de la situación sanitaria, pero que, sin duda, nos ha afectado con dureza en lo más profundo de nuestra economía.

Pero en la vida empresarial, toda crisis puede servir también como una oportunidad de cambio, de crecimiento, de desarrollo. Quiero pensar que las dificultades a las que nos hemos enfrentado en estos últimos años no han sido en vano, y que este periodo también nos ha servido como punto de inflexión; para pararnos a reflexionar; para aprender y plantear nuevas posibilidades, nuevos cambios y estrategias, nuevos caminos y habilidades que nos permitirán salvar y sortear las dificultades que puedan plantearse en el futuro en este incierto camino que es la realidad económica actual.

Hemos aprendido que es siempre más fácil superar las adversidades a través del trabajo en equipo, colaborando y apoyando al que más lo necesita, justo en los momentos más duros. Esta es la estrategia ganadora, y durante este último año, desde Cámara Orihuela hemos querido aplicarla en todos sus ámbitos, siempre con el objetivo de apoyar a nuestro tejido productivo y a nuestro comercio, puesto que ellos son los elementos que generan riqueza y nos ayudan a avanzar como sociedad.

De esta manera, hemos trabajado conjuntamente con organismos como la Universidad Miguel Hernández y su Parque Científico Empresarial para apoyar a los nuevos proyectos emprendedores a través de programas como Orihuela Emprende. Contamos con el apoyo incondicional y el incansable trabajo del Consejo de Cámaras y de Cámara España, sin las cuales no podríamos sacar adelante nuestro trabajo y programas tan importantes para la formación de nuestros jóvenes como el PICE. Lamentablemente, seguimos echando de menos más apoyo institucional que permita a Orihuela y a la Vega Baja despegar a nivel internacional. El déficit y las carencias con las que contamos no podemos achacárselas más que al abandono en materia de inversiones que sufrimos como un mal endémico. Nuestra particular pandemia, esa que nos ataca desde hace ya muchos años y que tenemos que frenar.

Estamos en año preelectoral y no podemos más que volver a pedir las conexiones que pongan nuestros productos lo más rápido posible en Europa y en el Mundo, el Corredor Mediterráneo, la zona de actividades logísticas en San Isidro, mejora de la conexión aeroportuaria o ampliación de la A-7 entre otras.

We meet once again in this space provided by the Exporters' Catalogue to examine in depth and reflect on the current trade situation of companies from the province of Alicante. A year which has not been easy for us either as a result of the materialisation of the conflict between Ukraine and Russia and all that has resulted from it. The most serious aspect has undoubtedly been the sad loss of human lives and the material damage which in some cases has meant the virtual destruction of entire cities. Economically, this war has compelled many companies from our province that exported to these countries or carried out their activity in this area to rethink their commercial strategy in recent months.

The effects of this European war on international trade have combined with the last stages of the Covid-19 pandemic. A situation from which our companies and businesses have fortunately recovered somewhat with the improvement in the health situation, but which has undoubtedly hit us hard at the core of our economy.

But in business life, every crisis can also serve as an opportunity for change, growth and development. I would like to think that the difficulties we have faced in recent years have not been in vain, and that this period has also served as a turning point; to stop and reflect; to learn and propose new possibilities, new changes and strategies, new paths and skills that will allow us to avoid and overcome the difficulties that may arise in the future on the uncertain path of today's economic reality.

We have understood that it is always easier to overcome adversity through teamwork, collaborating and supporting those who need it most, just in the hardest moments. This is the winning strategy, and during this last year, at the Orihuela Chamber of Commerce we have tried to apply it in all areas, always with the aim of supporting our productive fabric and our trade, since they are the elements that generate wealth and help us move forward as a society.

Accordingly, we have worked together with organisations such as the Miguel Hernández University and its Business Science Park to support new entrepreneurial projects through programmes such as Orihuela Emprende. We can count on the unconditional support and tireless work of the Council of Chambers of Commerce and of Cámara España, without which we would not be able to carry out our work and such important programmes for the training of our young people as the PICE. Unfortunately, we still lack further institutional support to enable Orihuela and the Vega Baja to take off on an international level. The deficits and shortcomings that we have can only be attributed to neglect in terms of investment which we suffer as an endemic problem. Our own particular pandemic, which has been affecting us for many years now and which we have to stop.

We are in a pre-electoral year and we can only ask once again for transport links to get our products to Europe and the world as quickly as possible, the Mediterranean Corridor, the logistics activities area in San Isidro, an improved airport connection and the expansion of the A-7 motorway, among others.



DOÑA MARÍA JESÚS SANTA MARÍA BENEYTO

PROFESORA TITULAR DEL DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA Y POLÍTICA ECONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE
SENIOR LECTURER OF THE DEPARTMENT OF APPLIED ECONOMICS AND POLITICAL ECONOMY OF THE UNIVERSITY OF ALICANTE

La gestión logística y la eficiencia en la cadena de suministro: un elemento clave para la competitividad empresarial.

Lograr la eficiencia en la cadena de suministro es el objetivo de una buena gestión logística. Desde hace años las necesidades logísticas de las empresas se han ido acentuando como consecuencia del desarrollo de las cadenas de suministro globales. Por otra parte, son mayores las exigencias de los clientes con plazos de entrega cada vez más cortos, horas fijadas de llegada a destino o garantía de disponibilidad de stocks. En este nuevo contexto, la logística se ha convertido en un aspecto fundamental para el funcionamiento y desarrollo competitivo empresarial. Las empresas tienen que dotarse de una capacidad rápida de respuesta en las entregas, cumpliendo altos niveles de servicio en términos de calidad y, al mismo tiempo, de manera eficiente en costes de almacenaje y de transporte.

La gestión de todos los flujos materiales y de información en las fases del proceso industrial y de distribución implica tanto la realización de actividades internas como externas de la empresa. Según el observatorio de la logística en España, las actividades logísticas externalizadas representan en torno al 60% de los costes logísticos totales. Tanto a nivel de gestión logística interna como en el caso de actividades desarrolladas por empresas logísticas, la utilización de nuevas tecnologías se ha convertido en un factor clave para que el desarrollo de todos los procesos logísticos se realice de forma óptima. Por ejemplo, uno de los ámbitos en los que la introducción de nuevas tecnologías ha sido esencial es en la gestión de los almacenes. Hoy en día, el almacén digitalizado permite de manera automática la gestión de los pedidos, la preparación de las cargas, optimizando el flujo de trabajo, incrementando la productividad y reduciendo costes. Pero son muchos más las fases y procesos en los que las tecnologías disruptivas como el big data, el blockchain, la inteligencia artificial o el internet de las cosas están contribuyendo a que la cadena de suministro se gestione de forma eficiente. Estas tecnologías facilitan a las empresas obtener información, interpretarla y automatizar decisiones en los procesos, generando una mayor eficiencia y una reducción de costes. También contribuyen a minimizar errores de almacenaje, planificar inventarios sobre la base de la demanda, controlar la cadena de frío y la trazabilidad de los productos, controlar a tiempo real el trayecto de los envíos, conocer el estado de las mercancías y optimizar las rutas para llegar al destino mediante el trayecto más corto evitando dificultades que puedan aparecer durante el trayecto.

Además del valor estratégico que las actividades logísticas y de transporte tienen hoy en día para la competitividad de las empresas y de las actividades productivas de un territorio, también pueden tener un impacto muy positivo en la sostenibilidad. A través de

Logistics management and supply chain efficiency: a key element for business competitiveness.

Achieving efficiency in the supply chain is the goal of good logistics management. For years, the logistics requirements of companies have been increasing as a result of the development of global supply chains. On the other hand, there are growing customer demands for ever shorter delivery times, fixed arrival times or guaranteed stock availability. In this new context, logistics has become a fundamental aspect of business operation and competitive development. Companies must be able to respond quickly to deliveries, meeting high levels of service in terms of quality and, at the same time, efficiently in terms of storage and transport costs.

The management of all material and information flows throughout the phases of the industrial and distribution processes involves both internal and external activities of the company. According to the Spanish logistics observatory, outsourced logistics activities account for around 60% of total logistics costs. The use of new technologies has become a key factor for the optimal development of all logistical processes, both for internal logistics management and for activities carried out by logistics companies. One of the fields in which the introduction of new technologies has been essential, for example, is warehouse management. Nowadays, digital warehouses automatically manage orders and load preparation, optimising workflow, increasing productivity and reducing costs. But there are many more phases and processes in which disruptive technologies such as big data, blockchain, artificial intelligence and the internet of things are contributing to the efficient management of the supply chain. These technologies make it easier for companies to obtain information, interpret it and automate decision-making processes, generating greater efficiency and cost reduction. They also help to minimise storage errors, plan inventories based on demand, ensure the cold chain and traceability of products, monitor in real time shipments' progress, know the status of goods and optimise routes to reach the destination using the shortest one, avoiding difficulties that may arise along the way.

Beyond today's strategic value of logistics and transport activities for the competitiveness of the companies and productive activities of a territory, they can also have a very positive impact on sustainability. It is possible to reduce the environmental footprint of logistics activities by means of new practices in different areas of the supply chain, such as the use of less polluting vehicles or new technologies to plan routes, maximise the transport load, optimise last-mile distribution or reverse logistics.

The province of Alicante, whose industry is located in a series of clusters scattered throughout the territory, requires logistics and



nuevas prácticas en diferentes ámbitos de la cadena de suministro como el uso de vehículos menos contaminantes o la utilización de nuevas tecnologías para planificar las rutas, aprovechar al máximo la carga de transporte, optimizar la distribución de última milla o en la logística inversa, se consigue reducir el impacto ambiental de la actividad logística.

La provincia de Alicante, con una industria localizada en un conjunto de clústeres dispersos por el territorio, requiere de servicios logísticos y de transporte que respondan con eficacia tanto en la fase de compra y aprovisionamiento como en el traslado de las mercancías a los mercados de destino. Desde hace años, se han ido desarrollando una serie de nodos logísticos que actualmente están desempeñando un papel fundamental mejorando los costes de transporte, dinamizando la economía y ampliando las oportunidades de mercado. En estos nodos se concentran empresas del sector logístico y de transporte, tanto empresas locales de tamaño pequeño como empresas pertenecientes a grupos internacionales. Destaca el carácter multifuncional de la mayoría de estos nodos, con una ocupación mixta de los espacios, con presencia de actividades diversas.

En general, estos nodos logísticos han sido dotados de desarrollos urbanísticos adecuados y servicios eficientes, así como de infraestructuras tecnológicas que permiten la explotación de las tecnologías digitales anteriormente señaladas. Sin embargo, todavía hay retos sobre los que será necesario ir trabajando para que los servicios que proporciona el sector logístico se conviertan en un valor añadido para las industrias de la provincia. La puesta en marcha del corredor mediterráneo, una mayor conectividad para acceder a nodos ferroviarios, así como la potenciación del transporte marítimo a través del puerto de Alicante se advierten como una oportunidad para mejorar la logística de nuestras empresas. La creciente oferta de vehículos comerciales y de transporte eléctricos implica, también, la necesidad de disponer en estas áreas logísticas de estaciones de recarga ultrarrápida y alta potencia que mejoren la eficiencia del transporte y distribución de mercancías. Por otra parte, el uso de soluciones digitales avanzadas precisa de profesionales con perfiles especializados como técnicos en cadena de suministro, en gestión de stock, analistas de sistemas y responsables de plataformas de distribución, que cuenten con competencias tecnológicas específicas, especialmente en el ámbito de la robotización y la automatización de los procesos y en el uso de vehículos autónomos y drones. Este es uno de los retos a los que se enfrenta el sector logístico en los próximos años para continuar su transformación hacia un sector más digitalizado y con capacidad de ofrecer servicios de elevada calidad y valor añadido, así como sostenibles medioambientalmente.

transport services capable of efficiently performing both during the purchasing and supply phase and during the transportation of goods to their destination markets. For years, a series of logistics nodes have been developing and are now playing a key role in improving transport costs, boosting the economy and expanding market opportunities. These nodes concentrate companies in the logistics and transport sectors, both small local companies and companies owned by international groups. The multifunctional character of most of these nodes stands out, showing a mixed occupation of the spaces and the presence of different activities.

Overall, these logistics nodes have been provided with adequate urban developments and efficient services, as well as technological infrastructures that allow the use of the digital technologies mentioned above. However, there are still challenges that need to be addressed so that the services provided by the logistics sector become an added value for the industry in the province. The implementation of the Mediterranean corridor, greater connectivity to access rail nodes, as well as the promotion of maritime transport through the port of Alicante are seen as an opportunity to improve the logistics of our companies. The growing choice of electric commercial and transport vehicles also implies the need for ultra-fast, high-power charging stations in these logistics areas to improve the efficiency of the transport and distribution of goods. On the other hand, the use of advanced digital solutions requires professionals with specialised profiles such as supply chain technicians, stock management technicians, systems analysts and distribution platform managers, who have specific technological skills, especially in the field of robotisation and process automation and in the use of autonomous vehicles and drones. This is one of the challenges facing the logistics sector in the coming years as it continues its transformation towards a more digitised sector with the capacity to offer high quality, value-added and environmentally sustainable services.



DON JOSÉ MARÍA GÓMEZ GRAS

CATEDRÁTICO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y DIRECTOR DEL MBA OFICIAL DE LA
UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE
PROFESSOR OF BUSINESS ORGANIZATION AND DIRECTOR OF THE OFFICIAL MBA OF THE
MIGUEL HERNÁNDEZ UNIVERSITY OF ELCHE

“Distritos industriales y decisiones empresariales estratégicas”

Ante las prioridades sociales y económicas que ha puesto de manifiesto la pandemia, unido ahora al conflicto bélico en Ucrania con Rusia, proponemos ahondar en razonamientos para la viabilidad de cualquier territorio que, si hubiera consenso político y empresarial, podrían ser claves en periodos de crisis. Y para ello, con un ánimo de propósito de enmienda, convendría reflexionar sobre lo que significan en nuestro entorno, por ejemplo: sectores estratégicos, reindustrialización productiva, relocalización de plantas, modificación de los modelos de negocio, diversificación de proveedores y clientes o, especialmente, sinergias en sus relaciones comerciales de proximidad que vienen demostrándose muy aconsejables para la sostenibilidad de nuestras actividades empresariales.

Así, esta situación en la que estamos inmersos está resaltando todo lo estratégico, tanto a nivel individual como colectivo, poniendo en evidencia la necesidad de pensar en términos de sistema económico en su conjunto, para asegurar la continuidad de algunas actividades productivas que puedan resultar vitales ante escenarios como los actuales. Por ejemplo, evitando la rotura de la cadena de suministros en las empresas y, también, reduciendo su dependencia de mercados exteriores, sobre todo los más alejados por los problemas acontecidos de disponibilidad, transporte, coste y seguridad de entrega.

Sin duda esta cruda realidad ha puesto de manifiesto que la prosperidad de los sectores productivos no perdura automáticamente en el tiempo, sino que se renueva con políticas e inversiones que con amplitud de miras fomenten la innovación y mejora competitiva del tejido industrial. Y, concretamente, al tener en cuenta muy especialmente a nuestros distritos industriales, monocultivos tradicionales, que son estratégicos para la sostenibilidad de nuestro modelo productivo (primario, secundario y terciario), al constituir cadenas y sistemas de valor, enraizados en sus respectivos territorios. Se trata de favorecer su reconversión para afianzarlos o fortalecerlos, considerando modelos sectoriales de negocio más sostenibles, con proyectos tecnológicos y de innovación público-privados y que, además, puedan reducir la dependencia de mercados lejanos de aprovisionamiento de materias primas o componentes, por su problemática de logística y coste.

Ante esta característica señera de nuestra economía provincial, particularmente se ha extendido una preocupación por asegurar las cadenas de valor sectoriales, para evitar la paralización de la producción y, todavía más, cuando, en muchos casos, pudiera estar ya comprometida su venta. Como muestra, la prueba demoleadora ha sido ver cómo de nada servía tener buenas fábricas si luego, por impedimentos administrativos o políticos, fallaban los aprovisionamientos de proveedores, no llegaba el transporte

“Industrial districts and strategic business decisions”

In view of the social and economic priorities that the pandemic has highlighted, together with the war in Ukraine with Russia, we propose to examine in depth the reasons for the viability of any area which, should there be political and business consensus, could be key in times of crisis. To this end, with the purpose of amendment in mind, it is worth reflecting on the meaning, in our environment, of for instance: strategic sectors, productive reindustrialisation, plant relocations, business model modifications, diversification of suppliers and customers or, especially, synergies in proximity trade relations, which are proving to be highly advisable for the sustainability of our business activities.

Thus, this situation in which we are immersed is highlighting everything which is strategic, both individually and collectively, revealing the need to think in terms of the economic system as a whole, in order to ensure the continuity of certain productive activities which may be vital in scenarios such as the current ones. For example, preventing the breakage of the supply chain in companies and also reducing their dependence on foreign markets, especially the more distant ones due to the problems of availability, transport, cost and delivery reliability that have arisen.

This harsh reality has undoubtedly shown that the prosperity of productive sectors does not automatically persist over time, but is renewed with forward-looking policies and investments that promote innovation and competitive improvement of the industrial fabric. And, specifically, by taking special account of our industrial districts, traditional monocultures, which are strategic for the sustainability of our productive model (primary, secondary and tertiary), as they constitute value chains and systems rooted in their respective areas. The aim is to encourage their restructuring in order to consolidate or strengthen them, considering more sustainable sectoral business models, with public-private technological and innovation projects, and which can also reduce dependence on distant markets for the supply of raw materials or components, considering their logistical and cost issues.

Faced with this distinctive feature of our provincial economy, there has been a widespread concern to ensure the sectoral value chains, to avoid production stops and, even more so, when in many cases sales could already be at risk. The shocking proof of this has been to see how it was useless to have good factories if, due to administrative or political impediments, supplies failed, transport of goods did not arrive or, in general, they suffered disproportionate price increases. Altogether they mean cost overruns which, as has recently been the case with energy supplies, are not always passed on to the end customer, but explain much of the rise in current inflation rates.



de las mercancías o, en general, sufrían desproporcionadamente incrementos de precio. En conjunto significan sobrecostes que, como sucede recientemente con los suministros de energía, no siempre son repercutibles al cliente final, pero vienen a explicar buena parte del alza de las tasas de inflación actuales.

En esta realidad sobrevenida el concepto de “distrito industrial”, derivado de la teoría de la dirección estratégica de empresas, nos brinda un marco de reflexión interesante a nuestro propósito, que asimismo queremos complementarlo con el más actual de los “ecosistemas”.

De esta manera, por un lado, los distritos industriales se conciben como un grupo numeroso de empresas e instituciones afines próximas, relacionadas con una misma actividad (económica, tecnológica, logística, de conocimiento, ...), localizada en un entorno geográfico determinado. E, igualmente, los ecosistemas aportan como perspectiva una comunidad formada por agentes pertenecientes diversos, cuyos procesos vitales productivos o de conocimiento, están relacionados entre sí y con el entorno de proximidad que les rodea, manteniendo sofisticadas relaciones con un especial enfoque de conectividad sinérgica territorial.

En ambos casos, el objetivo es facilitar el desarrollo de una actividad principal o sectorial, aportando (colaborativamente) información, apoyo técnico y productos complementarios para crear sinergias competitivas de vecindad y reforzar el valor añadido individual y colectivo. Así, la cooperación y complementariedad entre los agentes principales y auxiliares del distrito o del ecosistema es condición necesaria para el éxito y, lo que ahora es más importante, para su supervivencia o crecimiento.

Por tanto, los distritos industriales son muy importantes porque suelen atesorar una dotación de factores valiosos, por ser relevantes y especializados en su conjunto para generar ventajas competitivas sectoriales, pero específicamente por su escasez para los competidores o su dificultad de imitación para disponer de ellos; promoviendo además otras ventajas comparativas como aumentos de la productividad o estímulos a la innovación y al desarrollo empresarial, que suelen ser bienvenidos por sus importantes potencialidades de futuro.

De esta manera, la realidad ha enfatizado la consideración de estos agrupamientos descritos como “industrias estratégicas” y, concretamente, la diversificación y extensión del número de agentes y proveedores que operan en ellas, por la necesidad de garantizar una parte fundamental del sistema económico de un territorio. Y, para ello, será decisiva la toma de decisiones, públicas y privadas, que aseguren el presente y el futuro de muchas actividades empresariales y sociales para su adecuada sostenibilidad.

En definitiva, se trata de acometer una reflexión común entre todos los agentes políticos y empresariales involucrados en el territorio para priorizar una cooperación inteligente en aras a lograr objetivos básicos como: la disponibilidad próxima de inputs productivos, la generación de redes de procesos de apoyo en distribución y logística, e innovación abierta alrededor para la concentración de talento necesaria; o, también, el recurso a proyectos colaborativos público-privados que faciliten aunar ideas, oportunidades, retos, saberes, disciplinas, capacidades, experiencias, o presupuestos, que siempre viene bien conjuntar y optimizar recursos.

In this new reality, the concept of “industrial district”, derived from the theory of strategic business management, provides us with an interesting reflection framework for our purpose, which we also wish to complement with the more current concept of “ecosystems”.

So, on the one hand, industrial districts are conceived as a large group of companies and related institutions, linked to the same activity (economic, technological, logistical, knowledge, etc.), located in a specific geographical environment. And likewise, ecosystems provide the perspective of a community formed by a variety of agents whose vital productive or knowledge processes are related to each other and to the surrounding environment, maintaining sophisticated relationships with a special focus on synergic territorial connectivity.

In both cases, the objective is to enable the development of a main or sectoral activity, providing (collaboratively) information, technical support and complementary products to create competitive neighbourhood synergies and reinforce individual and collective added value. In this way, cooperation and complementarity between the main and auxiliary actors in the district or ecosystem is a necessary condition for success and, more importantly now, for its survival or growth.

Therefore, industrial districts are very important because they usually accumulate an array of valuable factors, because they are relevant and specialised as a whole to generate sectoral competitive advantages, and specifically because they are scarce for competitors or difficult to imitate in order to make them available; they also promote other comparative advantages such as increases in productivity or stimuli for innovation and business development, which are usually welcome due to their important future potentialities.

Reality has thus emphasised the consideration of these groupings described as “strategic industries” and, specifically, the diversification and extension of the number of agents and suppliers operating in them, due to the need to guarantee a fundamental part of the economic system of an area. To this end, public and private decision-making will be decisive in ensuring the present and future of many business and social activities.

In short, it is a matter of undertaking a collective reflection involving all the political and business agents intervening in the area in order to prioritise intelligent cooperation with a view to achieving basic objectives such as: the close availability of productive inputs, the generation of networks of support processes in distribution and logistics, and open innovation for the necessary concentration of talent; or, also, the use of public-private collaborative projects that facilitate the pooling of ideas, opportunities, challenges, knowledge, disciplines, capacities, experiences, or budgets, as it is always a good idea to combine and optimise resources.



DON JOSÉ SERNA REVERT

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS TEXTILES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA
PRESIDENT OF THE ASSOCIATION OF TEXTILE BUSINESSMEN IN THE VALENCIAN COMMUNITY

Innovación, sostenibilidad y digitalización fortalecen los activos de la industria textil postpandémica.

Desde ATEVAL, la Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana hemos trabajado durante el último año en tres ejes, Innovación, Sostenibilidad y Digitalización con el fin de construir un sector fuerte capaz de afrontar los retos post pandémicos.

El ejercicio 2021 se caracterizó por arrastrar las complicaciones derivadas del anterior ejercicio 2020, aunque afortunadamente el sector experimentó una cierta recuperación sobre todo en las líneas del Textil-Hogar, Textil Deportivo y Textiles Técnicos. Un año durante el cual se pudieron retomar las exportaciones, pero a su vez, surgieron otras complicaciones que también afectaron a las empresas por el incremento de los precios de la energía, la escasez de materias primas y el coste de los fletes que generaron retrasos en las entregas y que, de continuar, podrían afectar al servicio de producción y entrega al cliente.

En ATEVAL contamos con una trayectoria de más de 25 años apoyando a la internacionalización del sector Textil Valenciano y el Textil-Hogar Español con la coordinación de actividades bajo la marca Home Textiles From Spain. En esta línea seguimos trabajando desde diferentes ejes como nuevos canales de venta, plataformas logísticas, redes de cooperación internacional, el acercamiento a mercados emergentes y la consolidación en países con el asesoramiento de ICEX, IVACE INTERNACIONAL y las Cámaras de Comercio.

Con el objetivo de aumentar la internacionalización de las pymes y ayudarlas a acceder a terceros mercados, ATEVAL hemos creado y puesto en marcha un nuevo Servicio Personalizado de Internacionalización para todos nuestros asociados. Analizamos los perfiles de las empresas interesadas: artículos, rango de precios y canales de distribución. Con la información obtenida, hacemos prospecciones de mercado para encontrar las mejores opciones para cada empresa, contactamos con potenciales compradores, distribuidores y prescriptores, seleccionando a los más adecuados, y finalmente, coordinamos una agenda de entrevistas con las empresas locales interesadas.

Además, hemos mantenido abiertas diferentes líneas de participación en proyectos europeos para liderar la cooperación internacional de clústeres en materia de textiles avanzados e inteligentes. La visión de cooperación estratégica de estos proyectos se centra en la digitalización como un habilitador clave para que los sectores impulsen soluciones empresariales de economía circular para fortalecer la resiliencia e impulsar el crecimiento de la recuperación y las oportunidades económicas de las pymes.

Innovation, sustainability and digitalisation, post-pandemic assets of the textile industry.

At ATEVAL, the Association of Textile Entrepreneurs of the Valencian Community, we have been working during the last year on three axes: Innovation, Sustainability and Digitalisation in order to build a strong sector capable of facing the post pandemic challenges.

The financial year 2021 carried over the complications from the previous financial year 2020, although fortunately the sector experienced a certain recovery, especially in the Home Textiles, Sports Textiles and Technical Textiles lines. During the year it was possible to resume exports, but at the same time, other complications arose that also affected companies due to the increase in energy prices, the shortage of raw materials and the cost of freights that led to delays in deliveries and which, should they continue, could affect production and delivery to customers.

ATEVAL has more than 25 years of experience supporting the internationalisation of the Valencian Textile sector and Spanish Home Textiles through activities organised under the Home Textiles From Spain brand. We keep working along these lines on different areas such as new sales channels, logistics platforms, international cooperation networks, approaching emerging markets and consolidation in countries with the advice of ICEX, IVACE INTERNACIONAL and the Chambers of Commerce.

In order to increase the internationalisation of SMEs and help them to access third markets, ATEVAL has created and launched a new Personalised Internationalisation Service for all our associates. We analyse the profiles of interested companies: articles, price range and distribution channels. With the information obtained, we carry out market research to find the best options for each company, we contact potential buyers, distributors and prescribers, selecting the most suitable ones, and finally, we coordinate an agenda of interviews with interested local companies.

In addition, we maintain several partnerships in European projects to lead international cluster cooperation in advanced and smart textiles. The strategic cooperation vision of these projects focuses on digitalisation as a key enabler for sectors to foster circular economy business solutions to strengthen resilience and boost recovery growth and economic opportunities for SMEs.

Projects such as CLAMTEX, aimed at strengthening excellence in the management of clusters in participating European countries to boost their innovation ecosystem, facilitating cross-sector and cross-regional collaboration. Or GALACTICA, the international competition that awards €50,000 in prizes and in which 137 SMEs, start-ups and students from the European Union and the United Kingdom participated, generating more than 80 value proposals for cross-sectoral chains.



Proyectos como CLAMTEX, cuyo objetivo es fortalecer la excelencia en la gestión de las agrupaciones de los países europeos participantes para impulsar su ecosistema de innovación, facilitando la colaboración intersectorial y transregional. O GALACTICA, la competición internacional que entrega 50.000€ en premios y en la que participaron 137 pymes, start-ups y estudiantes de la Unión Europea y el Reino Unido, generando más de 80 propuestas de valor para las cadenas intersectoriales.

Abrir nuevas colaboraciones comerciales entre los sectores textiles de nuevos territorios ha marcado también parte de la agenda de 2021. El encuentro con una nutrida delegación oficial de empresarios del sector de la industria textil, cuero y de la Republica de Uzbekistán, acompañados por altos responsables del Ministerio de Inversiones y Comercio Exterior del Gobierno de este país, supuso una excelente oportunidad para que las empresas del sector textil valenciano entablaran negociaciones B2B y G2B. Del mismo modo, la visita a ATEVAL de la embajadora de Moldavia en Madrid, Violeta Agrici, acompañada por su consejero Eugen Buga, abrió la vía a nuevas acciones comerciales y de inversión. Y no menos importante fue la misión de prospección a la feria Médica de Dusseldorf, coordinada por ATEVAL y en la que participaron más de 20 empresarios valencianos para conocer de primera mano nuevas oportunidades de negocio para el Clúster Textil Sanitario.

Todos confiamos en alcanzar la tan ansiada normalidad a lo largo de este 2022 y retomar las exportaciones a niveles anteriores a la Covid, pero seguimos estando en un contexto global cada vez menos predecible, por lo que tenemos ante nosotros un futuro complejo, que hace más necesario que nunca la cooperación sectorial para avanzar de forma competitiva y sólida.

Opening new business partnerships with textile sectors from new areas has also been part of the 2021 agenda. The meeting with a large official delegation of businessmen from the textile and leather industry of the Republic of Uzbekistan, accompanied by senior officials from the Ministry of Investment and Foreign Trade of the Government of this country, was an excellent opportunity for Valencian textile companies to engage in B2B and G2B negotiations. Similarly, Moldavia's ambassador in Madrid, Violeta Agrici, accompanied by her counsellor Eugen Buga, visited ATEVAL and opened the way to new commercial and investment actions. And no less important was the prospecting mission to the Düsseldorf Medical Fair, coordinated by ATEVAL with the participation of more than 20 Valencian businessmen to learn first-hand about new business opportunities for the Healthcare Textile Cluster.

We all trust we will reach the longed-for normality in 2022 and return exports to pre-Covid levels, but the global context is becoming less and less predictable, so we are facing a complex future, which makes sectoral cooperation more necessary than ever to move forward in a competitive and solid way.



DON DAVID BELTRÁ TORREGROSA

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN MÁRMOL DE ALICANTE DE LA COMUNIDAD VALENCIANA
PRESIDENT OF THE ASSOCIATION OF MARBLE OF ALICANTE IN THE VALENCIAN REGION

La resistencia de nuestro sector es gracias a nuestro saber hacer.

El sector de la piedra natural se remonta en la Comunidad Valenciana desde hace más de cien años, evolucionando de forma constante y generando un comercio nacional e internacional de referencia. Sin embargo, este desarrollo ha sufrido una ralentización debido a factores como la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, la guerra en Ucrania, el alza de los precios de las materias primas debido a la inflación y la crisis del transporte que han provocado paros que han perjudicado la distribución y de nuestro producto.

El sector de la Piedra Natural se remonta a 1754, momento en que se crea la primera fábrica de mármol en Novelda, aunque la verdadera explosión del sector como motor económico de la provincia de Alicante fue mucho después, cuando se desarrollaron técnicas más modernas y novedosas que permitían un desarrollo constante del sector, agilizando los tiempos de extracción, producción y distribución, y mejoraba de forma constante la fabricación de nuestros productos más reconocidos.

La evolución de nuestro sector ha ido mejorando la tecnología y permitiendo un crecimiento empresarial cada vez más exponencial. La introducción del “Hilo Helicoidal” en los años 50, el “Disco de Diamante” en la década de los 60, la mejora de los transportes tanto por carretera como ferroviaria y la constante evolución de la seguridad en el sector han garantizado un sector seguro, eficiente, de máxima calidad, con la última tecnología y capaz de garantizar grandes niveles de demanda en todo el mundo.

Contamos con grandes yacimientos en nuestra zona de mármoles conocidos a nivel mundial por su gran calidad en acabados de donde salen nuestros productos más conocidos como son, entre otros, el Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Marrón imperial®, Rosa Valencia, Gris Pulpis, Crema Marfil® que proviene del mayor yacimiento a cielo abierto de caliza de Europa, así como la piedra Bateig®, materiales conocidos de forma internacional y aplicados en numerosas construcciones alrededor del mundo.

Uno de los puntos clave de nuestra economía es la exportación, por ello participamos de forma constante en ferias y eventos con proyección internacional. Pero somos consciente de las necesidades sociales globales de digitalización, especialmente tras la pandemia provocada por la COVID-19, que ha potenciado el mundo online y nosotros apostamos por ser capaces de ofrecer nuestro producto tanto físicamente, como de forma virtual, en todo el mundo.

Otro de nuestros objetivos prioritarios en los que estamos trabajando es poner en práctica un sector desarrollado bajo las premisas de la Economía Circular, que garantice nuestro trabajo de forma sostenible en todas sus áreas, extracción, fabricación, distribución y reutilización. Actualmente el residuo que se produce en los yacimientos ha generado una nueva línea de negocio, al transformar este residuo en árido útil para su uso en otros sectores, siendo una parte importante de este árido exportado. Esto ha generado un “subsector” que nos permite potenciar una Economía Verde y garantizar la sostenibilidad. Al igual que sucede con el residuo procedente de las fábricas de elaboración, que actualmente lo usamos como material para realizar restauraciones medioambientales y sellado de vertederos.

Siempre nos hemos adaptado a los cambios, y seguiremos haciéndolo, pero necesitamos un mayor compromiso de las Administraciones con el sector, con nuestro territorio para generar y garantizar el trabajo en las zonas rurales y promocionar nuestro mármol para continuar siendo un potente motor económico para nuestra provincia.

The resilience of our sector lies in our know-how.

The natural stone sector of the Community of Valencia, which dates back more than a hundred years, has been constantly evolving and building up a leading national and international trade. However, this development has suffered a slowdown due to factors such as the health crisis caused by COVID-19, the war in Ukraine, inflation due to the rise in raw material prices and the transport crisis which has caused stoppages that have disrupted deliveries of our products.

In 1754, the first marble factory was created in Novelda, although the real boom of the sector, becoming an economic engine for the province of Alicante, came much later, when more modern and innovative technologies were developed, which allowed for constant progress in the sector, speeding up extraction, production and distribution times, and constantly improving the manufacturing of our most renowned products.

As our industry evolved, technology improved and business growth became more and more exponential. The introduction of “Helicoidal Wire” in the 1950s, “Diamond Disc” in the 1960s, improvements in road and rail transport and constant evolution of safety in the sector have guaranteed maximum quality, efficiency and safety, using the latest technology to meet high demand all over the world.

There are large deposits of marble in our area that are known worldwide for their high quality finishes. Our best known products are, among others, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Marrón imperial®, Rosa Valencia, Gris Pulpis and Crema Marfil®, which comes from the largest open-pit limestone deposit in Europe, as well as Piedra Bateig®, internationally known materials widely used in buildings all over the world.

Exports are one of the key points of our economy, so we constantly participate in internationally renowned trade fairs and events. But we are aware of the global social need for digitalisation, especially after the pandemic caused by COVID-19, which has boosted online presence, therefore we are committed to offer our products both physically and virtually worldwide.

A further priority objective we are working on is the application of Circular Economy principles to our sector, ensuring all areas of our work are sustainable: extraction, manufacturing, distribution and reuse. Currently, waste produced in quarries has given rise to a new line of business, transforming it into useful aggregate for use in other sectors, most of which is exported. The result has been a “sub-sector” which allows us to promote a Green Economy and guarantee sustainability. In the same way, waste from processing factories is currently being used as a material for environmental restoration and landfill sealing.

We have always adapted to changes, and we will continue to do so, but we need a greater commitment from the Administrations with the sector, with our region, to create and guarantee employment in rural areas and to promote our marble in order to remain a powerful economic engine for our province.



DOÑA ROSA PERÁN

PRESIDENTA DE F.I.C.E. (FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL)
CHAIRWOMAN OF F.I.C.E. (SPANISH FOOTWEAR INDUSTRIES FEDERATION)

Una recuperación iniciada, que debe consolidarse

De innovar, de resistir, de adaptarse a los nuevos retos... de todo esto sabe, y mucho, el calzado español. Su capacidad de resiliencia ha permitido que esta potente y prometedora industria haya iniciado su recuperación económica durante este último año y haya retomado la senda de crecimiento en sus exportaciones. A pesar de que la tendencia iniciada es buena e ilusionante, aun debe consolidarse para llegar a estabilizar y fortalecer las cifras de exportación.

Los elevados costes energéticos, la disrupción de las cadenas de suministro y los índices inflacionistas han condicionado el ritmo de recuperación en 2021, y así lo seguirán haciendo previsiblemente a lo largo de 2022. A estos factores económicos, se suma además la invasión de Rusia a Ucrania, un hecho que agrava la situación inflacionista en España y en el resto del mapa internacional y que, sin lugar a dudas, afectará a las exportaciones de calzado español.

Las exportaciones de calzado de España han registrado los 2.507 millones de euros en valor y se han comercializado 150 millones de pares en 2021. Estos datos suponen un aumento del 11% en valor y del 14% en pares respecto a 2020. Las cifras son positivas, aunque si se comparan con las alcanzadas en 2019, se observa de manera evidente cómo aún quedan por debajo de la etapa prepandemia, con un 6,4% menos en valor y un 4% menos en volumen.

La estrategia del calzado español debe mantener a los países europeos en su punto de mira como mercados preferentes, ya que la Unión Europea sigue siendo el principal comprador de calzado español, con un 76% del total de las exportaciones españolas en volumen y un 68% en valor. Mercados tradicionales como Francia, Italia, Alemania, Portugal y Polonia lideran el ranking cómo principales destinos de las exportaciones. En concreto, las exportaciones a la UE registraron los 1.698,7 millones de euros, lo que representa un aumento del 12% en valor y del 16,5% en pares.

Europa es de vital importancia para el sostenimiento de esta industria, pero no hay que dejar de lado el potencial que albergan los mercados extracomunitarios. En este sentido, Estados Unidos se ha posicionado nuevamente como primer destino extracomunitario, con una recuperación del 21%. Reino Unido y China se sitúan como el segundo y tercer destino extracomunitario respectivamente.

Conscientes de la importancia que ejerce la diversificación internacional en la expansión de las marcas españolas, FICE ha acometido durante este 2021 diversas actuaciones para potenciar y promover el posicionamiento del calzado español más allá de nuestras fronteras. La apertura de la movilidad a nivel internacional ha permitido retomar la organización de ferias y eventos internacionales, en los que la Federación de Industrias del Calzado Español ha coordinado y organizado la participación de las marcas españolas en ellos.

Las labores de asesoramiento y apoyo han marcado la línea de actividad trabajada por FICE en este último año. Así desde la Federación se ha tratado de orientar a las empresas de calzado español en aquellos asuntos y cuestiones que necesitaban resolver

Recovery has started, but needs consolidation

Innovating, resisting, adapting to new challenges... spanish footwear knows a lot about all this. Its resilience has allowed this powerful and promising industry to start its economic recovery during last year and to resume the growth path of its exports. Despite the fact that the trend initiated is good and exciting, it still needs consolidation in order to stabilise and strengthen export figures.

High energy costs, disruption of supply chains and inflationary rates have conditioned the pace of recovery in 2021, and are likely to continue doing so throughout 2022. In addition to these economic factors, there is also the Russian invasion of Ukraine, a fact that aggravates the inflationary situation in Spain and the rest of the world and that will undoubtedly affect Spanish footwear exports.

Exports of Spanish footwear have registered 2,507 million euros in value and 150 million pairs were sold in 2021. These figures indicate an increase of 11% in value and 14% in number of pairs compared to 2020. The figures are positive, although if we compare them with the ones achieved in 2019, we can clearly see that they are still below pre-pandemic levels, with 6.4% less in value and 4% less in volume.

The strategy of Spanish footwear must keep European countries in focus as preferential markets, since the European Union continues to be the main buyer of Spanish footwear, with 76% of total Spanish exports in volume and 68% in value. Traditional markets such as France, Italy, Germany, Portugal and Poland lead the ranking as main export destinations. Specifically, exports to the EU amounted to 1,698.7 million euros, showing an increase of 12% in value and 16.5% in pairs.

Europe is of vital importance for the sustainability of this industry, but the potential of markets outside the EU should not be overlooked. In this respect, the United States has once again occupied the number one non-EU destination, with a recovery of 21%. The United Kingdom and China are the second and third destinations outside the EU respectively.

Well aware of the importance of international diversification in the expansion of Spanish brands, FICE (Spanish Footwear Industry Federation) has undertaken various actions during 2021 to strengthen and promote the positioning of Spanish footwear beyond our borders. The international opening of mobility has made it possible to resume international trade fairs and events, where FICE has coordinated and organised the participation of Spanish brands.

Advisory and support work has been the main line of activity of FICE during the last year. For instance, the Federation has tried to guide Spanish footwear companies in those issues and subjects that they needed to solve in order to carry out their business activity and continue to maintain their presence in the markets where they operate.



para llevar a cabo su actividad empresarial y seguir manteniendo presencia en los mercados donde operan.

La consultoría personalizada es, sin duda, una de las acciones que han definido, y que seguirán definiendo, la actividad de FICE. Una actividad que tiene como objetivo primordial tratar de favorecer la competitividad de las empresas de calzado español y fomentar la creación de marcas globalizadas y personalizadas, que sean capaces de desenvolverse y triunfar en el ámbito internacional.

El futuro del calzado español debe sustentarse en la digitalización y en la sostenibilidad del sector como palancas clave para la transformación y el cambio de su modelo industrial. Deben ser elementos que permanezcan presentes a lo largo de toda la cadena del calzado, aportando valor y un elemento diferenciador frente a la competencia.

Precisamente, la llegada de los fondos europeos facilitará esa transformación digital y de sostenibilidad, en la que esta industria llevaba inmersa desde hace algunos años, pero que con la aparición de la pandemia se han acelerado. Desde FICE hemos informado y asesorado a las empresas asociadas para facilitar su acceso a estas ayudas, y contribuir de esta manera a la transformación de esta industria.

El contacto con los agentes sociales, y con instituciones como el ICEX, ha sido esencial a la hora de responder a las demandas reales y necesidades del sector. Desde la unión es, desde donde se construyen los proyectos de futuro que verdaderamente prevalecen. Y es ahí donde hemos centrado nuestro esfuerzo en este último año.

El calzado es un sector con futuro, con un futuro lleno de oportunidades y posibilidades, pero para que ese futuro no se limite y pueda seguir avanzando, debe contar con el apoyo de las administraciones. El sector español va a continuar haciendo lo que mejor sabe hacer: un zapato innovador, con diseño y de calidad. Y FICE seguirá estando junto a él para lograr que siga ampliando, extendiendo y afianzando su presencia en el marco internacional.

Personalised consultancy is, without a doubt, one of the tasks that have defined, and will continue to define FICE's activity. An activity whose main objective is to try to favour the competitiveness of Spanish footwear companies and promote the creation of globalised and personalised brands, which are capable of developing and succeeding in the international arena.

Spanish footwear's future must be based on the digitalisation and sustainability of the sector as key levers for the transformation and change of its industrial model. These elements must be present throughout the entire footwear chain, providing value and differentiation from the competition.

The arrival of the European funds will indeed contribute to this digital and sustainability transformation, which this industry has been undergoing for some years, but which has accelerated with the emergence of the pandemic. FICE has provided information and advice to member companies so that they can access this funding and thus contribute to the transformation of this industry.

Relations with social stakeholders, and with institutions such as ICEX, have been essential to respond to the real requests and needs of the sector. It is from unity that projects for the future that truly prevail are built. And this is where we have focused our efforts over the last year.

Footwear is a promising sector, with a future full of opportunities and possibilities, but for this future not to be limited and to keep moving forward, the sector needs support from the administrations. The Spanish sector will continue to do what it does best: innovative, well-designed, quality shoes. And FICE will continue to support it to ensure it continues to expand, extend and strengthen its presence on the international stage.