



en clave

Nº 22  
2018

# El Grupo SEPI avanza a través de la innovación

Primeras jornadas sobre I+D+i

# Consolidación y adecuación del anfiteatro del Parque Arqueológico de Segóbriga

Saelices, Cuenca

2018  
AÑO EUROPEO  
DEL PATRIMONIO  
CULTURAL

Desde hace más de 40 años el Grupo Tragsa trabaja diariamente con las administraciones públicas para mejorar la calidad de vida de las personas, garantizando la conservación y protección de nuestro patrimonio natural y cultural.

[www.tragsa.es](http://www.tragsa.es)



Primeras jornadas de I+D+i: el impulso a la innovación, objetivo prioritario para el Grupo SEPI

4



NAVANTIA, líder en el mercado de fragatas 10



Crece el gasto en alimentación fuera del hogar

16



ENSA, pionera en políticas de igualdad

20



HUNOSA celebra su medio siglo de historia 24

**En Clave SEPI** | **Director:** Federico Castaño | **Subdirector:** Ramón Alises | **Coordinadora:** Mariví Oro | **Redactores y colaboradores:** Santiago Borrajo, Paco Gómez, Sofía Honrrubia, Víctor J. Martín Cerdeño, José Enrique Mencía, Laura Rioyo Rumayor, Felisa Sicilia, Maribel Torres y Francisco Vilchez | **Realización:** Comunicación SEPI | **Edita:** SEPI. Velázquez, 134 (28006 Madrid). Tel. 91 396 10 00 | [www.sepi.es](http://www.sepi.es) | **Fotografías:** archivo Grupo SEPI.

# SEPI y sus empresas apuestan firme por la innovación

La presidenta de SEPI, Pilar Platero, ha asumido el compromiso de impulsar la I+D+i en las empresas del Grupo durante la Jornada de Innovación celebrada en el Campus Los Peñascales

Ramón Alises



El ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, acompañado por las presidentas de SEPI y de Cotec, Pilar Platero y Cristina Garmendia, respectivamente.

El impulso a la innovación, entendida tanto en el ámbito tecnológico como en todas las áreas de gestión de las empresas y de la propia SEPI, es uno de los objetivos que su presidenta, Pilar Platero, se ha marcado desde su nombramiento hace ahora poco más de un año. Un objetivo confirmado en la jornada sobre “Cómo avanzar a través de la Innovación”, celebrada el día 22 de enero y orga-

nizada por la Fundación SEPI, en el curso de la cual la presidenta anunció un importante aumento del esfuerzo inversor en I+D+i en el Grupo para los próximos ejercicios.

Inaugurada por el ministro de Hacienda y Función Pública, Cristóbal Montoro, esta jornada, celebrada en el Campus Los Peñascales, contó con la participación de la presidenta de la Fundación Cotec para la Inno-

vación, Cristina Garmendia, así como de los presidentes de Indra, Fernando Abril Martorell, de Red Eléctrica de España, José Folgado, y de NAVANTIA, Esteban García Vilasánchez, quienes intervinieron en un coloquio moderado por el presidente de la Agencia EFE, José Antonio Vera.

El ministro de Hacienda y Función Pública afirmó en su intervención que España está en la actualidad logrando “el crecimiento económico más equilibrado y más sano de su historia”, con creación de empleo, con buenos datos de la balanza por cuenta corriente, con un aumento de la capacidad de financiación y de los excedentes empresariales, destacando la importancia que tiene la innovación para que nuestras empresas exporten, así como para afianzar el Estado del bienestar.

En la clausura de la jornada, Pilar Platero afirmó que “SEPI quiere tener una participación muy activa en todo el proceso de transformación digital”. Que cuando se hable de innovación, se diga “SEPI está ahí”, como se puede apreciar en el nuevo vídeo corporativo proyectado durante la jornada. Destacó también su orgullo por presidir un Grupo con empresas que compiten en los mercados internacionales ofertando productos de alta tecnología. Tras señalar que el esfuerzo en innovación del Grupo SEPI en el último año ascendió a 125 millones de euros, la presidenta anunció que “esta cifra se verá significativamente superada en los próximos años”, para lo cual, abundó, SEPI dispone de un fondo de financiación a la investigación cuya dotación aumentará, de acuerdo con las disponibilidades presupuestarias.

Pilar Platero se refirió además a la creación en el organigrama de SEPI de una unidad cuyo objetivo concreto es abordar y poten-

ciar la transformación digital y la innovación dentro del Grupo. También citó la convocatoria de dos premios a la innovación, que pretenden reconocer las ideas e iniciativas de empleados de este Grupo, tanto de SEPI como de sus empresas.

## Pilar Platero: “SEPI quiere tener una participación muy activa en todo el proceso de transformación digital”

Asimismo, Pilar Platero destacó la ayuda que va a suponer la incorporación de esta sociedad estatal a la Fundación Cotec. Su presidenta, Cristina Garmendia, resaltó en su intervención el valor que representa para esta Fundación la incorporación de SEPI con su grupo de empresas, “con vocación de servicio público y con aptitud y talento para avanzar en la innovación”.

## Compañías punteras

La innovación ha estado muy presente en las actuaciones de las empresas del Grupo SEPI durante 2017. Es el caso de **CORREOS**, que ha seguido apostando por la I+D+i como palanca para mejorar sus servicios y afianzar su posicionamiento en el mercado de la paquetería y el *e-commerce*.

En el ejercicio, se avanzó en la transformación y renovación de sus oficinas postales, con cerca de 300 que ya han incorporado el concepto “TU CORREOS”, basado en un nuevo modelo de atención y venta. También extendió los dispositivos CityPaq, con más de 2.700 instalados. Correos Labs es otra apuesta por la innovación, al ser un espacio en el que los emprendedores encuentran el



NAVANTIA realizó con éxito las pruebas de mar del primer petrolero que se construye en España en más de 20 años.

apoyo y los medios tecnológicos para desarrollar proyectos relacionados con la actividad del grupo postal.

Asimismo, CORREOS se ha afianzado como el operador logístico de referencia del *e-commerce*, con un crecimiento en la empresa postal de los envíos derivados del comercio electrónico de hasta el 50%. Su lanzamiento de productos como un nuevo formulario *online* y un nuevo localizador de envíos contribuyen a ese posicionamiento como operador logístico, igual que el acuerdo alcanzado este año con Wallapop. Además del premio como “mejor operador logístico mundial” que CORREOS ha recibido de AliExpress, del grupo empresarial chino Alibaba.

La innovación tecnológica también es decisiva en el sector de la construcción naval donde compite **NAVANTIA** con grandes grupos internacionales. Su esfuerzo innovador la sitúa como una de las principales empresas del sector, como sucede en Australia, donde este año ha entregado a su Marina un bu-

que destructor, y donde aspira a conseguir el contrato de nueve fragatas. También ha realizado una oferta en Canadá para 15 fragatas, sin olvidar el acuerdo alcanzado para optar al programa de fragatas de última generación para la Marina de Estados Unidos.

NAVANTIA ha mantenido este año sus centros con alta actividad. Ha puesto en el mar tres barcos: el primero y segundo BAM para la Armada española y el primer petrolero que se construye en España desde hace 20 años. También puso la quilla del primero de dos buques logísticos para Australia. Otro hecho importante ha sido la aprobación de la SIR (*System Integration Review*) del programa de los S-80, revisión técnica que permite el paso seguro a la fase de construcción e integración de estos submarinos. Destaca también el auge del negocio eólico marino, con dos grandes contratos para Iberdrola.

**ENSA** y **ENUSA** realizan un constante esfuerzo en materia de innovación, dadas las características del sector de energía nuclear,

en el que la calidad, la fiabilidad y la seguridad son condiciones imprescindibles para operar como lo hacen estas empresas.

En 2017, ENSA ratificó las certificaciones ISO de los sistemas de gestión medioambiental y de I+D+i. En Europa, ha tenido grandes avances en su participación en el proyecto internacional ITER, y ha introducido en el mercado chino su contenedor ENUN 24P, de diseño y fabricación propia. También ha completado trabajos y ha entregado componentes a la central de Olkiluoto (Finlandia), entre otras actuaciones en el exterior. En España, ha fabricado y entregado contenedores ENUN a las centrales de Almaraz y Garoña, y ha realizado trabajos en la de Cofrentes.

En investigación, ENSA colabora en proyectos internacionales para mejora de la seguridad de centrales y de transporte de elementos combustibles en su contenedor. Asimismo, acometió con éxito pruebas sobre el comportamiento de los componentes de una central en caso de terremoto, lo que hace destacar a la empresa en el sector en tecnología y fiabilidad.

Por su parte, ENUSA ha conseguido consolidarse en el mercado de China tras el contrato con el grupo estatal CNNC, el más importante en ese país, para el suministro de equipos de inspección automática, siendo la primera exportación del equipo IAP desarrollado en Juzbado (Salamanca). Destaca también un contrato de asistencia técnica en Argentina sobre sistemas de seguridad nuclear. En nuestro país, es reseñable el contrato adjudicado por Iberdrola para el suministro de combustible para la central de Cofrentes. ENUSA ha suscrito, además, acuerdos importantes con Westinghouse y con Tecnatom, en materias relacionadas con el ciclo de combustible nuclear.

Sobre sus filiales, EMGRISA se ha constituido como marca medioambiental del Grupo ENUSA, y ETSA ha contratado con ENRESA y con Biocarburantes de Castilla y León para ser su transportista de residuos radiactivos en los próximos años.

## ENSA y ENUSA incrementan su colaboración para ofrecer servicios en la gestión del combustible gastado

ENSA y ENUSA han incrementado su colaboración, uniendo fuerzas en la Agrupación de Interés Económico ENUSA-ENSA para ofrecer servicios en la gestión del combustible gastado, un mercado con una demanda creciente en todo el mundo.

### EFE TV: salto a la alta definición

La **Agencia EFE** presenta novedades tecnológicas, ya que EFE TV ha dado el salto a la alta definición y ha incorporado a sus equipos dispositivos de transmisión en directo desde cualquier lugar del mundo. Ha puesto en marcha el servicio multimedia EFE-EPA en inglés en Asia y la Plataforma Multimedia Unificada, que permite a los profesionales de EFE utilizar un nuevo sistema de edición. En los departamentos de Deportes y Gráfica se ha creado una unidad de coordinación que mejora la calidad de contenidos.

En 2017, la marca EFE ganó difusión mundial por los acuerdos con EPA, la Agencia Fotográfica Europa en la que EFE es accionista principal. Asimismo, ha sido un éxito para la Agencia el reconocimiento de su actividad, por la Comisión Europea, con el estatus de Servicio Económico de Interés General



El Grupo TRAGSA incorpora las últimas tecnologías para la protección del medio ambiente en situaciones de emergencia.

(SEIG), lo que garantiza un marco jurídico y económico más estable para el futuro.

En 2017, el Grupo **TRAGSA** cumplió 40 años, cuatro décadas en las que ha acometido más de 200.000 actuaciones como medio propio de las Administraciones Públicas, innovando para mejorar el medioambiente, el desarrollo rural y la gestión de recursos naturales, así como en situaciones urgentes y de emergencia. Una de estas actuaciones han sido los trabajos de restauración forestal realizados en el Espacio Natural Protegido de Doñana, tras el incendio del mes de junio. Otro hecho destacado ha sido la incorporación del Gobierno de Ceuta al accionariado de TRAGSA, lo que habilita a este Grupo para efectuar encomiendas de proyectos, consultoría, servicios y obras en esa ciudad autónoma.

### Nuevas estrategias

La empresa **MERCASA** inició en 2017 una nueva etapa, con la incorporación de un nuevo presidente, David Martínez Fontano, y la renovación de su equipo directivo, entre

cuyos objetivos está la aplicación de nuevas estrategias enfocadas a la innovación. Una innovación que se pretende que se refleje en los procesos de la cadena de suministro, la logística, las nuevas tecnologías y técnicas comerciales y la prestación de servicios a todos los operadores de la distribución y la hostelería y restauración. La presencia en las ferias *Fruit Attraction* y en *Meat Attraction* ha mostrado el protagonismo de MERCASA en la cadena comercial de la alimentación en España.

Para **SAECA**, 2017 fue un año caracterizado por la expansión de su actividad y por la consolidación de nuevos proyectos. Su línea de avales destinados a paliar los problemas de liquidez por la sequía ha permitido que 10.963 titulares de explotaciones agrarias hayan tenido acceso a la financiación, en tanto que las operaciones aval-Agroseguro han favorecido a más de 3.600 explotaciones. La innovación se ha reflejado en las nuevas líneas de actuación tras la firma de acuerdos con el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y

Medio Ambiente, como el destinado a financiar a PYMES industriales alimentarias.

**CETARSA** ha renovado su compromiso con el sector productor de tabaco español adquiriendo 22.469 toneladas de la producción, que representa el 75% de la cosecha de 2017. Su esfuerzo innovador para mejora de la calidad del tabaco transformado permite a esta empresa mantener contratos con las grandes multinacionales tabaqueras y tener una posición muy destacada en los mercados internacionales. Al mismo tiempo, está asistiendo a los agricultores en la fase de cultivo para mejorar la calidad del producto, optimizar costes y que se realicen cultivos respetuosos con el medio ambiente.

## La política de diversificación e innovación lleva a HUNOSA a ingresar más por su negocio de nuevas energías que por la venta de carbón

**HUNOSA** mantuvo en 2017, en el que cumplió su 50 aniversario, la extracción y comercialización de carbón como principal actividad. Pero, por su política de diversificación e innovación, su negocio de nuevas energías (geotermia y biomasa) reporta ya más ingresos que la venta de carbón. Pone a disposición de ayuntamientos asturianos 37 millones de metros cúbicos de agua que se bombea anualmente en sus minas, con lo que consigue que la localidad de Mieres tenga la mayor red de España de abastecimiento de energía por geotermia. También participa en investigaciones internacionales pioneras en captura de CO<sub>2</sub> y de energía eólica, y, con sus tecnologías y experiencia, ofrece servicios relacionados con la minería, la seguridad industrial, etc.

El hecho innovador más importante para **MAYASA** fue la aprobación por SEPI de una inversión de 2,95 millones para instalar una Planta de Estabilización del Mercurio, lo que le supone a esta empresa una nueva línea de negocio que puede asegurar una actividad económica sostenible en la comarca de Almadén (Ciudad Real). Este proyecto, cuyo objetivo es el tratamiento y almacenamiento del mercurio residual, se sustenta sobre una tecnología desarrollada por MAYASA, en colaboración con el CIE-MAT, el CSIC y la Universidad de Castilla-La Mancha.

**SEPIDES** ha seguido impulsando la actividad empresarial. En el ámbito inmobiliario, ha presentado un plan de desarrollo en el Parque Empresarial Principado de Asturias a fin de disponer de nuevas parcelas para iniciativas empresariales, y en Parc Sagunt ha adjudicado el 33% de la superficie comercializada. SEPIDES ha firmado operaciones de arrendamiento de más de 10.600 m<sup>2</sup> de superficie. En promoción empresarial, ha aprobado inversiones por valor de 6,1 millones, y ha seguido gestionando fondos públicos, como los de apoyo a la Dependencia y al Sector Pesquero y Acuícola.

El **Hipódromo de La Zarzuela** innovó en 2017 con nuevos contenidos en las jornadas de carreras, en el marco de su programa “La fórmulaDeTuPlanazo”, como *market, food-trucks*, exposiciones, etc. En la temporada de carreras destacan la asistencia de unas 124.000 personas, que apostaron cerca de cuatro millones de euros, lo que supuso un aumento de casi el 11% sobre el año anterior, la participación de más de 2.000 caballos, con una media de 60 por jornada y diez por carrera, y el reparto de más de tres millones de euros en premios.

# La fragata, producto estrella de NAVANTIA

La fragata F-100 ha posicionado al grupo naval como líder en un mercado compuesto por clientes con marinas de primera línea, y está permitiendo optar por contratos para países como Australia, Estados Unidos y Canadá

Sofia Honrrubia (directora Comercial y de Desarrollo de Negocio)

Francisco Vilchez (director de Ingeniería y Desarrollo de Productos y Procesos)

NAVANTIA está participando actualmente en los concursos más relevantes de fragatas a nivel internacional: SEA 5000 en Australia, CSC en Canadá y FFGX en Estados Unidos. En los tres se están presentando diseños basados en las fragatas F-100 de la Armada Española.

El programa F-100 ha demostrado ser un caso de éxito tecnológico, operativo e indus-

trial. Ello ha permitido impulsar el proceso de internacionalización de NAVANTIA, convirtiéndola en una empresa puntera en el sector en todo el mundo, contribuyendo a la imagen de la Marca España y ofreciendo oportunidades a numerosas empresas nacionales.

El programa F-110 para la Armada Española va a convertirse en una gran oportunidad



para construir otro caso de éxito para la industria española.

### Un salto tecnológico

En los años setenta y ochenta NAVANTIA (entonces Bazán) construyó dos clases de fragatas para la Armada, la clase Baleares (F-70) y la clase Santa María (F-80), ambas con diseño y tecnología estadounidense derivado de las clase Knox y FFG clase Oliver Hazard Perry respectivamente, adaptados por NAVANTIA a los requisitos de la Armada. Posteriormente, a comienzo de los noventa, NAVANTIA participó junto con otros ocho países en el programa de cooperación europeo NFR90 que sirvió como base para el diseño de una nueva fragata: la F-100 clase Álvaro de Bazán para la Armada Española.

La experiencia adquirida en dichos programas fue fundamental para el diseño del que probablemente sea el mejor buque diseñado y construido hasta la fecha por NAVANTIA en sus 300 años de historia. Con contrato firmado en 1997 para la entrega de cinco fragatas F-100 clase Álvaro de Bazán para la Armada Española, fue el primer buque diseñado y construido totalmente por un astillero no estadounidense que incorporaba su sistema de combate AEGIS, considerado como uno de los más potentes entre todos los buques de guerra actuales.

El desarrollo de NAVANTIA en el diseño de buques fue acompañado de su capacitación como integrador de sistemas de combate y de una evolución paralela en el área de sistemas, alcanzando una posición de referencia como suministrador de soluciones integrales. Esta combinación de capacidades, adquirida fundamentalmente a raíz del programa de fragatas F-100 y consolidada a partir de entonces, ha permitido a la em-

presa abordar cualquier programa desde una perspectiva completa del buque, no solo desde su diseño como plataforma, sino también asegurando la integración óptima de los sistemas.

### La fragata F-100 es probablemente el mejor buque diseñado y construido por NAVANTIA y el de mayor éxito comercial

NAVANTIA ha logrado crear y desarrollar una solución nacional de los sistemas críticos de los buques de la Armada Española y proyectarla a productos para la exportación. Así, el Sistema Integrado de Control de la Plataforma (SICP) es parte de todos sus diseños, tanto para el mercado español como para el de exportación; el Sistema de Mando y Control SCOMBA, es el estándar de los buques de la Armada Española, y también CATIZ, la variante para la exportación; otros sistemas como las Direcciones de Tiro Dorna y el Sistema Integrado de Comunicaciones NAVCOM/Hermesys son productos consolidados a partir de su incorporación en la configuración de las fragatas de la clase F-100 para de la Armada Española.

### Llave a la internacionalización

La fragata F-100 ha sido el producto clave que ha permitido a NAVANTIA pasar de ser importador a exportador de tecnología.

En el año 2000, la empresa española firmó con el Gobierno de Noruega un contrato para diseñar y construir cinco fragatas F-310 cla-

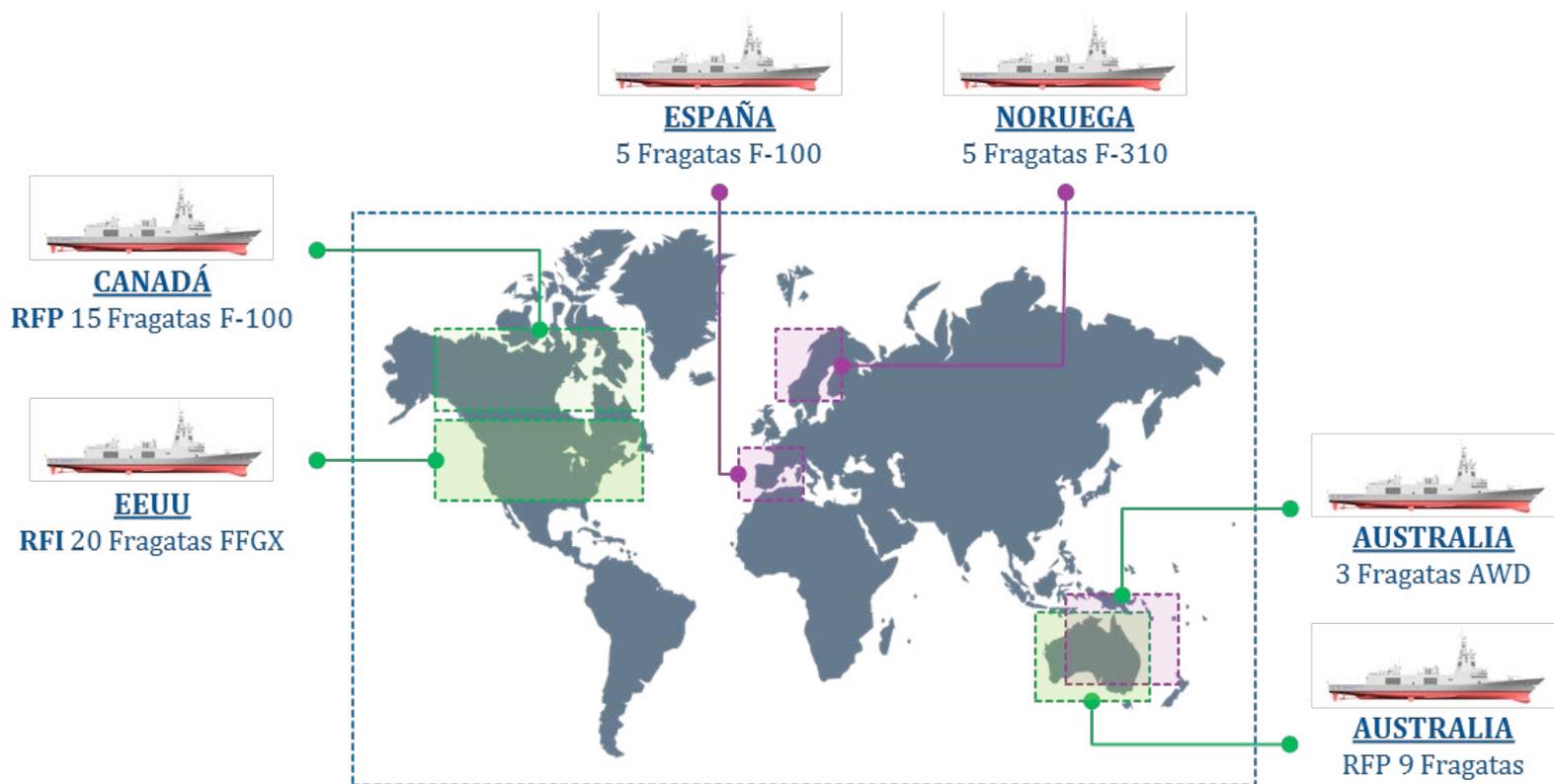
se Fridtjof Nansen, un diseño derivado de las F-100 también equipada con el sistema AEGIS.

En 2007, Australia encargó a NAVANTIA el diseño de tres destructores clase Hobart, junto con el suministro de equipos y sistemas. Este contrato fue una palanca esencial para el establecimiento y consolidación de la compañía en ese país, y es la llave actualmente para la mayor oportunidad comercial de su historia en el mercado de exportación: el programa SEA5000.

La fragata F-100 ha sido el buque más exitoso comercialmente para NAVANTIA habiéndose convertido en un producto líder en su

categoría a nivel mundial. A los contratos anteriormente mencionados, se suman tres oportunidades internacionales en las que compete con derivados de la familia F-100: el SEA5000 para la Marina de Australia, la FFGX para la US Navy y el Canadian Surface Combatant para la Marina de Canadá.

En la FFGX, NAVANTIA participa junto con uno de los primeros astilleros de Estados Unidos, General Dynamics Bath Iron Works, donde se construirían al menos 20 unidades. Este programa supondría exportar tecnología española a la primera Marina del mundo y el cierre de un ciclo en el que NAVANTIA partió como importador de tecnología estadounidense hace más de 40 años.



Por su parte, el programa SEA5000 tiene un excepcional valor económico y estratégico para la compañía, pues supondría ser el contratista principal para la construcción en Australia de nueve buques y consolidar a NAVANTIA Australia como una de las principales empresas de defensa en el país. Su ministra de Defensa, Marise Payne, afirmó en septiembre de 2017 que la fragata F-100 es "uno de los buques más potentes del mundo".

La capacidad de la fragata F-100 de adaptar su configuración de equipos y sistemas de la plataforma y del sistema de combate para satisfacer los requisitos cambiantes de sus clientes, así como la incorporación de lo más avanzado de las nuevas tecnologías han sido claves del éxito alcanzado a nivel mundial. Esta flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de la plataforma para acomodar los nuevos cambios y requisitos mantienen hoy a las evoluciones de la fragata F-100 como un serio candidato para el refuerzo de las capacidades navales de las principales Marinas del mundo.

### Un futuro prometedor

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo tecnológico nacional, NAVANTIA ha diseñado la nueva fragata F-110, destinada a sustituir a las actuales fragatas FFG clase Santa Maria.

La futura fragata F-110 será un salto tecnológico fundamental en los sistemas de plataforma y sistema de combate, además de incorporar en su diseño tecnologías de la Industria 4.0 que mejorarán la gestión de los sistemas durante todo su ciclo de vida.

### Sistemas y plataformas

La evolución actual de las fragatas de última generación para la Armada Española es la F-110, que hereda la magnífica referencia

operativa y tecnológica de la clase F-100 e incorpora prestaciones reforzadas en capacidad antisubmarina (ASW) y de guerra asimétrica (ASYM), sin menoscabo de la capacidad antiaérea, así como una mayor capacidad de integración e intercambio de información, lo que convertirá sin duda a la futura fragata F-110 en una de las más avanzadas del mundo y en una competidora de primer nivel en el mercado global de las fragatas de exportación.

La fragata F-100 ha sido el producto clave que ha permitido a NAVANTIA pasar de ser importador a exportador de tecnología

La nueva generación del sistema de mando y control SCOMBA responderá a los estándares más exigentes de gestión de datos, incorporando tecnologías de vanguardia y gran capacidad de *interface* e interoperabilidad, contando con enlaces de datos tácticos que permitirán crear una red de sensores y armas que potenciará la capacidad del conjunto de buques, aeronaves, vehículos no tripulados e instalaciones de mando en tierra que formarán la fuerza operativa.

Los radares aéreos de exploración y seguimiento de las fragatas F-110 serán del tipo de barrido electrónico activo (AESA), compuestos por antenas fijas de caras planas con los elementos transmisores/receptores de estado sólido incorporados a la propia antena.



El programa de fragatas F-100 es un caso de éxito tecnológico, operativo e industrial.

Los sensores submarinos del buque operarán en las gamas de frecuencias acústicas desde media a baja frecuencia y diversos modos de trabajo. El sónar remolcado de profundidad variable las capacitará para detectar a grandes distancias y diferentes profundidades. La necesidad de disponer de versatilidad para poder abordar gran variedad de misiones ha requerido el tener que disponer un espacio multi-misión, modular y reconfigurable, con capacidad de despliegue de forma efectiva de lanchas rápidas, vehículos no tripulados, equipamiento para grupos de operaciones especiales, estiba de contenedores normalizados, etc.

Las fragatas F-110 seguirán disponiendo de un helicóptero embarcado, por lo que deberán contar con una plataforma de vuelo, hangar para su alojamiento y mantenimiento, sistemas de ayuda a la navegación aérea, etc. El espacio multi-misión dota a las fragatas F-110 de la posibilidad de un hangar adicional para un segundo helicóptero embarcado.

Las fragatas F-110 serán muy difícilmente detectables en todo el espectro físico y electromagnético y dispondrán de gran capacidad de supervivencia y redundancia de sus compartimientos, equipos y sistemas ante las situaciones que se puedan producir en combate.

La futura fragata F-110 será un salto tecnológico fundamental en los sistemas de plataforma y combate

La planta propulsora será híbrida, incorporando una turbina de gas y dos motores eléctricos (CODELAG), mostrando un alto nivel de flexibilidad y eficiencia en todo el rango de velocidades de operación.

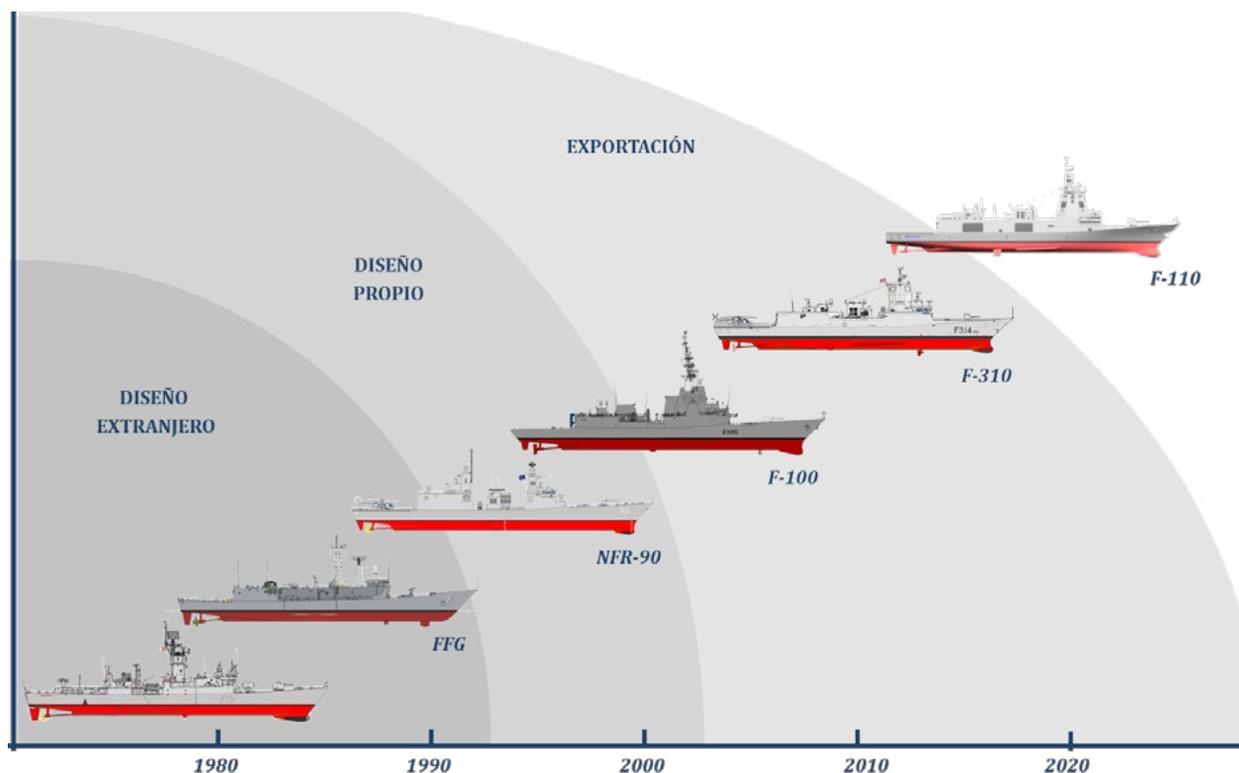
El incremento muy elevado del nivel de automatización de los equipos y sistemas en las fragatas F-110 y la necesidad de reducir los

costes del ciclo de vida ha conducido a que la dotación embarcada disminuya en términos cuantitativos. Ello, unido al mayor número y complejidad de los equipos, plantea nuevas estrategias para el adiestramiento y el mantenimiento a bordo, para las cuales el avanzado Sistema Integrado de Control de Plataforma del buque y las soluciones de adiestramiento incorporadas desde el diseño son piezas fundamentales.

La futura fragata F-110 también se diferenciará por la incorporación de tecnologías de la Industria 4.0. Estas fragatas serán los primeros buques de la Armada que tendrán un gemelo digital que optimizará la gestión de los procesos logísticos durante toda la fase de servicio de los buques. Durante el diseño, construcción y mantenimiento, la

digitalización de los procesos y sus *interfaces* en toda la cadena de valor reducirán los costes generando eficiencias a múltiples niveles.

Otros ejemplos de evoluciones tecnológicas de las que se beneficiarán los nuevos buques son el uso de tecnologías basadas en la movilidad, la optimización de infraestructura de redes de comunicaciones a bordo que reducirá el cableado de los buques y el incremento en la conectividad en sistemas y equipos embarcados, con capacidad para comunicar datos operativos que permitirán analizar su estado de forma remota usando técnicas de inteligencia artificial que reducirán los costes de mantenimiento y mejorarán la disponibilidad de la flota.





## Alimentación en España 2017

Producción • Industria • Distribución • Consumo



Mercado de San Blas (Logroño) y portada del Informe Alimentación en España 2017.

# El gasto medio total por persona en alimentos y bebidas fue de 2.328,7 euros en 2017

El Informe Alimentación en España de MERCASA, que cumple su edición número 20, refleja un cambio de tendencia hacia el crecimiento del gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar

Víctor J. Martín Cerdeño (Universidad Complutense de Madrid)

MERCASA ha publicado una nueva edición, correspondiente al año 2017, del Informe sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España, que en esta ocasión cumple su edición número 20. Para la elaboración de este informe, MERCASA cuenta con la colaboración del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, cuyas estadísticas constituyen el soporte fundamental para el análisis, y con las comunidades autónomas, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y las diferentes asociaciones sectoriales que la componen, así como los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas, etc.

El objetivo final, desde que se iniciaron estos estudios hace 20 años, es contribuir a un permanente y mejor conocimiento de la realidad alimentaria española, para lo cual la estructura del informe se organiza como un manual de consulta rápida, con una doble vertiente de análisis: por sectores y por comunidades autónomas.

Para ello, el informe agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada sobre producción, industria, distribución y consumo de alimentos en España, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas, más reconocidas y fiables.

### Consumo dentro y fuera del hogar

Entre la información más relevante que se incluye en el Anuario Alimentación en España 2017, destaca la relativa al consumo alimentario dentro y fuera de los hogares, cuantificando que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió durante el último ejercicio a 102.226,5 millones de euros. La

participación de los hogares en este gasto se cifra en 67.095,5 millones (65,6%) mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 35.131 millones (34,4%).

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; la carne supone un 21% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas, un 17,5%; los pescados, un 13,2%; y el gasto en pan alcanza el 5,5%. También se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (12,1% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,2%), el aceite de oliva (2%) o los platos preparados (3,7%).

## Cada español gastó 800,3 euros y realizó 166 consumos de alimentación fuera del hogar

El gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.528,4 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 127,4 euros. La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 320,2 euros en los 50,1 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 202,4 euros y supone un consumo de 25,5 kilos por persona. Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, también tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. En términos medios, cada individuo consumió 99,5 kilos de frutas frescas, 90,3 kilos de hortalizas y patatas frescas y

13,2 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 141,1 euros, 126,9 euros y 28,5 euros, respectivamente.

La cifra de ventas en el sector de alimentación y bebidas fuera del hogar alcanzó 35.131 millones de euros durante el último año con 7.281 millones de visitas y un *ticket* medio por comensal de 4,82 euros. Por tanto, en términos per cápita, cada español gastó 800,3 euros y realizó 166 consumos de alimentación fuera del hogar. La reciente evolución de la demanda de alimentación fuera del hogar se ha traducido en comportamientos heterogéneos en cuanto a las porciones de consumo de los alimentos. Destacan, por su descenso, mariscos (-15,3%), legumbres (-10,3%) y frutas (-8,9%). Fritos (11,7%), aceitunas y frutos secos (11,7%) y queso (7,7%) son las principales categorías de alimentos que crecieron en el consumo fuera del hogar.

### Hábitos de compra

Por otra parte, se advierte que los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (45,1% de cuota de mercado). No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español, según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 24,8% en la comercialización de carne, del 26,2% en pescado o del 35,4% en las frutas frescas). A la hora de elegir el establecimiento de compra, se prioriza proximidad o cercanía (64,8%) por encima de calidad (56,7%) y nivel de precios

(48,5%) aunque estos últimos factores también tienen un peso relevante en la elección final.

Las marcas del distribuidor mantienen su importancia en la cesta de la compra (un 89,1% de los consumidores las adquiere en algún producto). Internet es utilizado como canal de compra de productos de alimentación en alguna ocasión por un 9% de los consumidores (este porcentaje se eleva entre los jóvenes de 25 a 39 años al 14,3% y disminuye para los mayores de 55 años al 2,1%).

### El 9% de los consumidores utiliza Internet como canal de compra de productos de alimentación, llegando al 14,3% entre los jóvenes

La demanda de alimentación extradoméstica había venido experimentando un descenso durante los últimos años derivado, principalmente, de la coyuntura económica y de su repercusión sobre la renta disponible de los hogares. No obstante, los datos del último ejercicio consolidan el cambio de tendencia que ya se había experimentado durante el año anterior y, por tanto, se produce un aumento de las ventas y las visitas.

En el consumo extradoméstico de alimentación, los restaurantes de servicio completo cuentan con una cuota del 46,7%; los restaurantes de servicio rápido, del 36,1%; los establecimientos de distribución con consumo inmediato, del 3,5%; los locales de ocio nocturno, del 3,7%; las máquinas de venta



Mercado de Atarazanas (Málaga).

automática, del 2,6%; los comedores de empresa y colectividades, del 4,5%; los hoteles, del 2,3%; y, la restauración en transportes, del 0,6%. La evolución de la facturación con respecto al ejercicio anterior varía según la tipología del canal aunque en todos los casos

se han aumentado sus ventas: restaurantes con servicio de mesa, un 1,2%; establecimientos de autoservicio, servicio rápido o en barra, un 3,2%; y, máquinas de venta, hoteles, transporte, ocio nocturno y conveniencia, un 0,9%.

## Una fuente informativa de reconocido prestigio

El Informe 2017 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España está recogido en un libro de 548 páginas que, además de la edición en papel, cuenta con una edición digital, que puede consultarse de forma íntegra y permanente en la página web [www.alimentacionenespaña.es](http://www.alimentacionenespaña.es), en la que también están disponibles ediciones anteriores de este mismo informe.

El Anuario Alimentación en España 2017 es una herramienta muy útil para valorar la importancia del mercado de productos alimentarios en la economía española. Por ello se explica el amplio seguimiento que tiene entre los profesionales de los distintos sectores de alimentación y bebidas, incluida la posibilidad de analizar la evolución en el tiempo, al disponer ya de un prolongado recorrido histórico con información homogénea de cada año.



Dos operarias de ENSA miden con dispositivo láser una estructura del ITER.

## ENSA, marca de excelencia en políticas de igualdad

La empresa cántabra ha sido reconocida de nuevo con el distintivo que la destaca en el desarrollo de medidas para la igualdad en el ámbito laboral

Laura Rioyo Rumayor (responsable de Relaciones Laborales y Gestión Social de ENSA)

La Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad concedió en septiembre a ENSA la 2ª prórroga de vigencia del distintivo “Igualdad en la Empresa” 2010. Esta distinción es una “Marca de Excelencia” que otorga el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y reconoce a las empresas que destacan en el desarrollo de políticas de igualdad entre mujeres y hombres en el ámbito laboral mediante la implantación de medidas o planes de igualdad.

El distintivo tiene una vigencia de tres años, en los que las empresas distinguidas deben remitir un informe anual, que es evaluado por el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, para mantener el nivel de excelencia en materia de igualdad.

Para el otorgamiento del distintivo se valoran aspectos relativos al Plan de Igualdad, acceso al empleo y condiciones de trabajo, así como al modelo organizativo y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En el caso de ENSA, se ha destacado especialmente el catálogo de medidas de conciliación de la vida laboral y personal y la flexibilidad para dar respuesta a las necesidades de la plantilla a través de la Comisión de Igualdad. Asimismo, reconoce las actuaciones de sensibilización e información llevadas a cabo por la empresa.

### Un plan pionero

ENSA cuenta con un Plan de Igualdad aprobado por la Dirección y el Comité de Empresa con fecha 28 de mayo de 2008 y publicado en el Boletín Oficial del Estado de fecha 3 de octubre de 2008 (BOE núm. 239), e incluido como anexo al Convenio Colectivo. Esta iniciativa de ENSA surge de la voluntad

de aplicar a nivel empresarial el contenido de la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

El Plan de Igualdad sitúa a ENSA como una de las empresas pioneras en la adopción de medidas concretas a favor de la igualdad y de la conciliación de la vida familiar, laboral y personal. Es el primer Plan de Igualdad registrado en Cantabria, el primero firmado en el Grupo SEPI y figura entre los diez primeros planes de ámbito nacional firmados en España.

## El Plan de Igualdad de ENSA contiene medidas en todos los ámbitos de las relaciones laborales

En esta empresa de elevado nivel tecnológico, en la que trabajan 471 personas, la incorporación de la mujer se ha incrementado un 61% desde la implantación del Plan de Igualdad para un incremento de la plantilla total del 21%. En este período el porcentaje de mujeres ingenieras se ha incrementado en un 125%. El 53% de las mujeres que trabajan en ENSA ocupan puestos de trabajo que requieren formación universitaria.

En el Consejo de Administración de la Sociedad representan el 40% y el 20% en el Comité de Dirección. Asimismo, ocupan un 15% de los puestos de responsables de área y un 37% son jefas de Proyecto, a pesar de su reciente incorporación a la empresa, ya que el 68% de las mujeres que trabajan en ENSA tienen menos de diez años de antigüedad, y un 35% menos de cinco años.

Para tratar de aumentar el equilibrio de la plantilla, la Dirección de RR.HH. y RSE y jóvenes ingenieras de ENSA, adscritas a la Asociación Jóvenes Nucleares, participan

en jornadas divulgativas en institutos y universidades, informando sobre los puestos de trabajo que ofrece nuestro sector.

### Control de su cumplimiento

El Plan de Igualdad de ENSA contiene medidas en todos los ámbitos de las relaciones laborales: selección, formación, promoción interna, desarrollo profesional y conciliación de la vida laboral y familiar, así como sobre acoso laboral.

El contenido se estructura en un Prólogo, con una declaración institucional que enmarca el Plan dentro de la Responsabilidad Social de la Empresa, el Marco Jurídico de referencia, el diagnóstico basado en un análisis de más de 20 parámetros para detectar las carencias de la empresa respecto a la igualdad, el Programa de Actuación con las medidas a adoptar y un último apartado dedicado a Seguimiento y Evaluación.

Este último punto contempla la constitución de una Comisión de Igualdad a la que tanto la Dirección como el Comité de Empresa han acordado dotar de las atribuciones de vigilancia del cumplimiento de lo pactado; la elaboración de un informe anual que recoja las medidas adoptadas y una valoración global de la evolución del Plan; el impulso de nuevas medidas o planes de mejora, y ser órgano de interpretación, arbitraje y conciliación.

El Plan de Igualdad contempla siete objetivos y la adopción inicial de 53 medidas de actuación que a fecha actual se han ampliado hasta 95. Estas medidas aparecen recogidas en unas fichas que contienen indicadores de seguimiento.

### Acciones para la igualdad

La aplicación de planes o medidas de igualdad tiene como efecto el aumento de la motivación

y el compromiso con el trabajo, lo cual redundará consecuentemente en beneficio de la actividad empresarial que, junto a la mejora de la imagen corporativa de la empresa, refuerzan la posición de la misma en el mercado.

ENSA ha establecido una serie de medidas para facilitar la incorporación paulatina y constante de la mujer a la empresa y su desarrollo en el ámbito empresarial.

Entre las medidas implantadas en el marco del Plan de Igualdad, destacan las acciones dirigidas a “fomentar una cultura empresarial basada en la igualdad de oportunidades”. Para ello, se ha incluido en el “Plan de integración de las nuevas incorporaciones” un módulo específico sobre igualdad; se han realizado campañas de sensibilización a través de comunicados en los tablones, intranet y pantallas distribuidas por fábrica; reuniones periódicas de la Comisión de Igualdad; y a nivel externo, se participa en foros y *networking* empresarial. En este punto, es importante la difusión externa que ha realizado ENSA de su Plan a requerimiento de empresas, centros educativos y organismos públicos. Por ejemplo, en el año 2012, coincidiendo con la conmemoración del día internacional de la mujer trabajadora, ENSA fue seleccionada para participar como ponente en las II Jornadas de Igualdad de Género organizadas por el Tribunal de Cuentas.

Son también reseñables las acciones dirigidas a “aumentar la presencia de las mujeres en plantilla”. Con ese fin, se utiliza un lenguaje de igualdad en los anuncios de puestos vacantes; la publicidad de las convocatorias de empleo utiliza canales de captación que posibiliten que las ofertas lleguen por igual a hombres y mujeres; se participa en jornadas divulgativas en centros de formación; en igualdad de condiciones de idoneidad,

tienen preferencia para ser contratadas las personas del género menos representado en el grupo que se trate, etc.

Asimismo, se acometen acciones dirigidas a “mantener el talento”. Con este objetivo, se han adoptado principalmente medidas de conciliación, como el establecimiento de un intervalo de tiempo flexible para la entrada y salida al trabajo; la adecuación de la jornada sin hacer reducción de la misma para quienes tienen responsabilidades familiares; la posibilidad de flexibilizar el uso de los días de permiso regulados en el Convenio; permitir el disfrute de los días de asuntos propios por horas; el desarrollo de una aplicación móvil para facilitar trámites personales con la empresa a través de teléfonos/tablets; información sobre posibilidades de ayuda al personal con problemas de familiares dependientes; flexibilidad horaria con la adaptación de los horarios para asistir a formación en jornada laboral; permisos especiales para personas con problemas familiares graves, etc.

### Igualdad y RSE

La igualdad de trato y de oportunidades es uno de los pilares de ENSA y se engloba dentro de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa que tiene establecidas la compañía para garantizar una conducta em-

presarial responsable. La igualdad de oportunidades es, por tanto, junto con otros valores como el respeto al medio ambiente, la salud y el desarrollo sostenible, una marca que identifica la imagen corporativa de las empresas socialmente responsables.

### Participación en el Red DIE

ENSA forma parte de la red de empresas con distintivo “Igualdad en la Empresa” o Red DIE, la cual está formada por 147 empresas. Se trata de una iniciativa del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, para potenciar el intercambio de buenas prácticas y experiencias en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral.

Durante los años 2015 y 2016, cuatro “Buenas Prácticas de ENSA” han resultado ganadoras en los concursos sobre “Buenas prácticas en materia de igualdad” convocados por la RED DIE. Estas prácticas, incluidas en la Colección “Economía, Mujer y Empresa” editada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, han sido: el protocolo de actuación para la prevención del acoso, las referentes a formación en igualdad y los criterios establecidos en las bases de las promociones internas.

## Política de igualdad en el Grupo SEPI

El Grupo SEPI está comprometido con el desarrollo de políticas de igualdad y de lucha contra la violencia de género. Prueba de este compromiso son los planes de igualdad que tienen implantadas todas las empresas del Grupo con la plantilla mínima establecida para ello. La propia matriz

tiene aprobado un plan de igualdad pese a no estar obligada por Ley. Pero más allá de los planes de igualdad, el conjunto de empresas tienen en vigor y aplicación protocolos por la igualdad de trato, contra la violencia de género y de prevención y actuación frente al acoso laboral y sexual.

# HUNOSA: “la empresa de todos los asturianos” cumple medio siglo



Antigua explotación de carbón, el emblemático Pozo Sotón es en la actualidad accesible a los turistas mediante visitas guiadas.

La compañía hullera ha celebrado su aniversario con un programa que incluyó exposiciones, marchas populares, la edición de un sello conmemorativo y un homenaje a los mineros fallecidos en accidente laboral

José Enrique Mencía (director de Comunicación de HUNOSA)



1



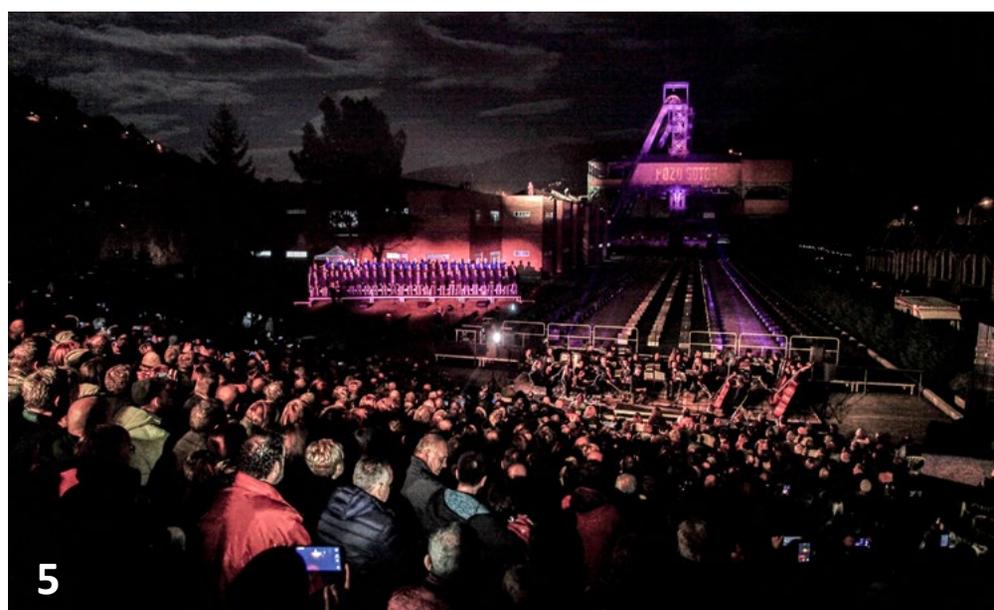
2



3



4



5

1- De izda. a dcha. Pilar Platero, presidenta de SEPI, Belarmina Díaz, directora de Minas del Principado, y María Teresa Mallada, presidenta de HUNOSA. 2- Marcha popular celebrada a finales de mayo en Turón (Mieres), con la asistencia de 1.200 personas. 3- Intervención de la presidenta de HUNOSA, durante los actos de celebración del 50 Aniversario de la empresa minera. 4- Exposición fotográfica sobre la historia de HUNOSA. 5- El festival "En memoria de nuestros mineros" reunió en el Pozo Sotón a más de 2.000 personas para rendir tributo a los mineros fallecidos en Asturias en accidente de trabajo.

HUNOSA cumple cincuenta años. Para conmemorar la efeméride, la compañía, creada por el INI en 1967, ha diseñado un programa de actos, que se ha venido desarrollando durante 2017 y que fue presentado, en marzo, en la sede del Real Instituto de Estudios Asturianos (RIDEA), en Oviedo. “La intención”, subrayó entonces la presidenta de HUNOSA, María Teresa Mallada, “es involucrar a la sociedad asturiana, a los vecinos de las cuencas mineras, en la organización y desarrollo de los eventos para que HUNOSA siga siendo, como siempre, la empresa de todos los asturianos”.

Conocidos los resultados y la amplia respuesta de la sociedad asturiana, se puede decir que HUNOSA ha logrado su objetivo. Los actos de aniversario han resultado multitudinarios y han contado con la implicación de empresas, entidades, clubes deportivos y asociaciones de todo tipo, algo que ha vuelto a poner de relieve su gran penetración social en Asturias.

El programa de aniversario ha incluido, por ejemplo, una exposición sobre la historia de HUNOSA, que se ha podido ver en Oviedo, Gijón, Langreo y Mieres, entre otras localidades, con la colaboración de la Agencia EFE, el Archivo Histórico Minero, la empresa Duro Felguera, el Museo del Pueblo de Asturias y varios medios de comunicación asturianos.

HUNOSA también celebró una marcha popular a finales de mayo en Turón (Mieres). Bajo el lema “Día de la familia minera”, la jornada festiva impulsada por la hullera congregó a más de 1.200 personas.

Aunque el evento fue abierto a todo el mundo, HUNOSA, que recuperó un viejo lema para la ocasión, “Profundamente asturianos”, dirigió este acto especialmente a las familias de sus trabajadores y ex trabajadores. Unos corriendo, otros en bicicleta, en patines, la gran mayoría

andando, con muchos padres tirando de carrioches o niños con sus mascotas, todos disfrutaron de un día de confraternización en una jornada festiva que resultó multitudinaria.

El programa de aniversario del medio siglo de HUNOSA incluyó también la edición de un sello conmemorativo, en colaboración con CORREOS y con el Grupo Coleccionista Minero (Grucomi), y un matasellado que se desarrolló en agosto, durante la celebración del Día de HUNOSA en la Feria Internacional de Muestras de Asturias.

### Mantener la memoria

Sin embargo, el acto más emotivo no llegó hasta el pasado mes de noviembre, cuando más de 2.000 personas se dieron cita en el Pozo Sotón para rendir tributo a la memoria de los mineros fallecidos en accidente de trabajo. El evento incluyó música, poesía, prosa, un espectáculo de luz y un desfile con gaiteros y mineros.

### Teresa Mallada: "Queremos que HUNOSA siga siendo la empresa de todos los asturianos"

Numerosos artistas asturianos se implicaron en el desarrollo del evento: cantantes, actores, escritores, músicos, etc. La Orquesta de Cámara de Siero abrió con un fragmento de la partitura Nife, compuesta en 1995 por el cubano Flores Chaviano tras el año trágico que había vivido la minería asturiana, con 33 fallecidos en accidente laboral. “Pocos vivieron tan cerca de la muerte como los vecinos de las cuencas mineras cuando los tajos bullían de actividad.

Siempre había un niño sin padre en la escuela, mujeres de apodo viuda de... y un *turullu* que, a menudo, sonaba a malas noticias”, narraba la voz en *off* que condujo el acto de tributo “a todos los que un día no salieron al relevo y, también, a los que quedaron arriba esperándoles para siempre”. Luces, color, palabras y canciones desgarradas en la plaza del Pozo Sotón. Participaron 187 artistas, todos con un propósito: “Mantener la memoria para mantener la identidad”. Desfilaron por el escenario dibujando una noche mágica: llovía en toda Asturias pero en Sotón las nubes daban una tregua y lucía una enorme luna.

Estaba previsto que un desfile de gaiteros y mineros de Asturias y León que, a los sones de Santa Bárbara Bendita, caminaron encendiendo unas pequeñas luces ante las estelas de los fallecidos, cerrara un acto que había arrancado con un minuto de silencio. Sin embargo, el concierto fue clausurado por un espontáneo, entre el público, que inició un “Asturias patria querida” que rápidamente fue seguido por todos los presentes. Todos en pie.

HUNOSA también ha organizado, junto a un diario regional, un concurso artístico en el que participaron más de 2.000 escolares. El ganador se eligió por votación popular en Internet. Y se prevé presentar un libro en el que colaboran 50 articulistas vinculados a la historia de la empresa: “50 años, 50 protagonistas”, llevará por título.

La hullera también sumó a su programa aniversario el tradicional acto de Santa Bárbara que celebra cada año, cuando tiene lugar un reconocimiento a los trabajadores que superan los 25 años de trabajo en el sector minero. Para esta ocasión especial, HUNOSA contó con la presencia de la presidenta de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), Pilar Platero, que destacó el papel histórico que ha

desempeñado HUNOSA en la economía asturiana. “Creedme si os digo que para mí es un orgullo tener entre mis responsabilidades de gestión una empresa con el peso histórico que tiene HUNOSA, con la significación social que posee la compañía en Asturias. Una empresa que lo ha significado todo en esta región y que aún hoy constituye un importante pilar para la economía de las comarcas mineras del centro de Asturias”.

## Pilar Platero: “Para mí es un orgullo tener entre mis responsabilidades una empresa con el peso histórico que tiene HUNOSA”

La presidenta de SEPI hizo esta valoración durante su intervención, en el Teatro de Langreo. “Y en este contexto”, añadió Pilar Platero, “sé que HUNOSA estará a la altura de su experiencia y que seguirá el camino que han marcado sus 50 años de historia: la capacidad de adaptación, la búsqueda de alternativas, de proyectos que aporten valor a Asturias, el progreso a través del trabajo, el esfuerzo y la colaboración de todos”.

Durante su intervención, felicitó a los trabajadores premiados -34 en esta ocasión- y tuvo un recuerdo, en un momento muy emotivo, para los mineros que perdieron la vida trabajando en los pozos. La presidenta también elogió la alta participación que han registrado los actos programados por HUNOSA en su cincuenta aniversario, “que han mostrado un compromiso de la sociedad con la empresa, del que debemos sentirnos orgullosos”.

# LOS ÚLTIMOS SERÁN LOS PRIMEROS



**STAR**  
LOS ÚLTIMOS JEDI  
**WARS**  
DICIEMBRE EN CINES

© & ™ 2017 Lucasfilm Ltd.

 **Correos**



## TARJETA CORREOS PREPAGO MASTERCARD® UNA TARJETA DE OTRA GALAXIA

- Compra de forma segura en tiendas físicas y online de todo el mundo.
- Retira efectivo de cualquier cajero y en las Oficinas de Correos.
- Sin vinculación bancaria ni cuotas de mantenimiento.

Solicítala ya en: [correosprepago.es](http://correosprepago.es) o en tu Oficina de Correos.



EDICIÓN LIMITADA



LLEGA MUY, MUY LEJOS

