

«EL BIENESTAR DE GIPUZKOA ESTÁ LIGADO A LA NECESARIA TRANSICIÓN DIGITAL, ECOLÓGICA Y DEMOGRÁFICA DE LA INDUSTRIA»

Posted on 05/12/2024 by Naider



Unai Andueza | Director General de Promoción Económica – Diputación Foral de Gipuzkoa

Unai Andueza Iraeta (Azkoitia, 1973) es desde 2023 Director General del [departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral de Gipuzkoa](#). En la pasada legislatura (2020-2023) fue Director General de Proyectos Estratégicos. Ingeniero Industrial en Tecnun y MBA Executive y Microeconomics of Competitiveness en la Universidad de Deusto. Tras asumir responsabilidades en el centro tecnológico IDEKO y en el grupo industrial DANOBAT, lideró el departamento de promoción y competitividad empresarial en la agencia de desarrollo Tolosaldea Garatzen entre 2007 y 2020.

« Hay que impulsar nuevas economías de la mano de nuevos sectores, pero teniendo en cuenta que el territorio es pequeño, las apuestas de la Diputación deben estar muy centradas. »

Egun on Unai, en primer lugar gracias por aceptar la invitación de NAIDER. Vuestro objetivo es aliarse en el proceso de transformación del tejido empresarial de Gipuzkoa. ¿Cuáles son las vías de transformación que consideráis prioritarias? ¿Cuáles son los principales retos del tejido empresarial para avanzar en estos caminos?

Hoy en día como tejido social y empresarial nos enfrentamos a tres grandes transiciones: la digital, la ecológica y la demográfica. Para mantener la competitividad y garantizar la sostenibilidad económica, el tejido empresarial debe seguir avanzando en la producción y, en general, en la digitalización. Además, a corto plazo, la sostenibilidad ambiental, o el desarrollo de los productos producidos bajo las premisas de una economía circular, se convertirán en un factor de competitividad para las empresas, no sólo porque la legislación nos lleve a ello, sino porque los mercados y los clientes le darán cada vez más importancia.

Ante estas transformaciones, señalaría dos grandes retos del tejido empresarial: la transición demográfica y los nuevos valores de las personas respecto al trabajo, las empresas deben ser atractivas para conseguir nuevos trabajadores para sus proyectos. Para ello, además de contar con proyectos de interés, es imprescindible contar con iniciativas que tengan desarrollada una cultura empresarial innovadora. También es un reto seguir haciendo un esfuerzo para aumentar el tamaño de las empresas guipuzcoanas; que sean más pequeñas o más grandes, en sí mismo no es mejor ni peor, pero ante este tipo de transformaciones, es cierto que tener un tamaño crítico ayuda a la empresa.

A medida que trabajamos la descarbonización de forma ejemplar y con un compromiso firme en nuestros procesos productivos, desarrollando nuevos productos, tenemos muchas posibilidades de desarrollar nuevos clientes y mercados.

La economía guipuzcoana se basa en la fortaleza de la industria, una industria especializada que compite sólidamente en los mercados europeo e internacional. En el horizonte se ven algunas nubes: dudas sobre el futuro de la automoción en Alemania, tambores de guerras arancelarias, etc. ¿Puede Gipuzkoa resistir y avanzar en competitividad empresarial sin poner en peligro el modelo de bienestar social que ha construido?

Para garantizar este bienestar social es imprescindible contar con una economía sólida. Todos los sectores económicos aportan, pero la industria y los servicios avanzados asociados generan gran parte de la riqueza de la economía de Gipuzkoa. Muchas de nuestras empresas son exportadoras de productos de alto valor añadido basados en la actividad nicho. Aunque los principales mercados exteriores han sido Alemania y Francia, en el último año también se ha notado el tirón de otros mercados como EEUU o México.

Más allá de las nubes existentes, la situación económica de la Gipuzkoa actual es en general buena y sólida. Los últimos datos muestran una tasa de paro del 5,3% en el territorio y una actividad industrial muy diversificada. No obstante, deberíamos mirar el 2025 con cautela por la influencia de la situación geopolítica. Contribuir a la creación, mantenimiento y competitividad de las empresas, es decir, trabajar por una economía sólida, es la única forma de mantener la calidad de vida de Gipuzkoa.

La transición sostenible es clave para Gipuzkoa y su competitividad. ¿Qué implicaciones tiene el proceso de descarbonización en la industria del territorio? ¿Qué nivel de compromiso debe alcanzar con la descarbonización la industria guipuzcoana?

Los procesos de descarbonización, que son imprescindibles, suponen un gran reto para nuestra industria, donde diferentes actividades empresariales hacen un uso intensivo de la energía. Al mismo tiempo, la transición duradera traerá nuevas oportunidades a nuestras empresas. Como he mencionado antes, nuestras empresas están acostumbradas a ofrecer productos y servicios de alto valor añadido. A medida que trabajamos la descarbonización de forma ejemplar y con un compromiso firme en nuestros procesos productivos, desarrollando nuevos productos, diría que tenemos muchas posibilidades de desarrollar nuevos clientes y nuevos mercados.

Desarrollar los productos que se generan siguiendo las premisas de la economía circular se convertirá en un factor de competitividad para las empresas, no sólo porque la legislación nos lleve a ello, sino porque los mercados y los clientes cada vez le darán más importancia.

La Diputación pone a disposición de las empresas y agentes del territorio diferentes programas y convocatorias de ayudas para el fomento de la competitividad. Otras entidades, como la SPRI, también lanzan sus propias iniciativas. ¿Qué valoración haces de esta serie de programas? ¿Cómo crees que se actualizarán en el futuro?

En cuanto a las subvenciones de la Diputación Foral de Gipuzkoa, el año 2025 traerá consigo numerosas novedades, con el objetivo de complementar las ayudas de otras instituciones. Por ello, el principal foco de nuestras ayudas son las pequeñas y medianas empresas. Siendo esto así, es muy importante que los programas sean fáciles de entender y que las solicitudes y justificaciones sean lo más ágiles posibles. Todas las nuevas convocatorias pretenden incidir directamente en la competitividad de las empresas.

El grado de ejecución de las subvenciones que hemos tenido en marcha en 2024 ha sido muy alto. Numerosas empresas se han acercado a nosotros con diferentes proyectos y se han agotado los fondos que teníamos para cada línea.

Destacáis el posicionamiento de Gipuzkoa como ecosistema basado en el conocimiento y la innovación, con un liderazgo relativo en materia de I+D a nivel europeo. ¿Nos contarías más sobre iniciativas para potenciar este ecosistema y fomentar la transferencia de conocimiento al tejido empresarial?

Gipuzkoa es un territorio rico en Universidades, Centros Tecnológicos, Centros de Investigación e Infraestructuras de I+D. A nivel territorial el 2,76% del PIB está destinado al I+D. En este caso el reto es la transferencia de ese conocimiento a las pequeñas y medianas empresas. En el marco de la gobernanza colaborativa que también tenemos muy integrada en la Diputación Foral de Gipuzkoa y en el territorio, se acaba de poner en marcha un proyecto piloto de la mano de BRTA, Innobasque y la agencia de desarrollo Iraurgi Berritzen.

En el camino hacia la construcción de un territorio innovador identificáis el emprendimiento como palanca de transformación imprescindible. ¿Qué intangibles deben fomentarse para fomentar la cultura emprendedora e intraemprendedora?

Aunque a menudo escuchamos que estamos perdiendo esa característica de ser territorio emprendedor, basta con visitar los diferentes viveros del territorio y conocer varias iniciativas de estudiantes de la universidad para confirmar que aún existe esa raíz en el territorio. En muchos casos, además, las protagonistas de todas estas iniciativas, las personas emprendedores, son inmigrantes que han nacido en otros territorios y se han acercado a vivir con nosotros y nosotras; esto pone en valor que el territorio tiene unos ecosistemas y unas características especiales para desarrollar ideas emprendedoras en él. Dar a conocer y poner en valor estas personas emprendedores y sus proyectos pueden ser claves para crear una cultura emprendedora.

Las iniciativas de emprendimiento en el territorio están protagonizadas por personas inmigrantes, lo que pone en valor que el territorio cuenta con ecosistemas y unas características especiales para desarrollar ideas emprendedoras en él.

Hay que potenciar una cultura innovadora que impulse la creación para fomentar la interiorización en las empresas; la búsqueda de la diversidad de personas, de formación y de origen diverso fomentará la innovación en la organización; es imprescindible contar con el apoyo de la dirección.

Los valles de Gipuzkoa están muy urbanizados y el suelo industrial disponible para empresas en expansión o nuevas inversiones es limitado. ¿Cómo creéis que se puede mejorar el atractivo y funcionalidad de las actuales zonas industriales? ¿Tienen las propias empresas algo que hacer para rehabilitar y revitalizar los polígonos en los que se ubican?

Gipuzkoa, además de ser un territorio pequeño, está formado por valles muy cerrados orográficamente. La oferta de suelo es, por tanto, limitada y, más allá de generar nuevos suelos en función de las necesidades, también es importante actualizar y hacer atractivos a los actuales. En muchos casos los pabellones obsoletos están en manos de privados y sus adaptaciones están en

sus manos. Por lo que respecta a la Diputación, y dentro de nuestras competencias, por ejemplo, el departamento de Infraestructuras Viarias ha iniciado recientemente la mejora del acceso al polígono industrial de Itziar.

Gipuzkoa se caracteriza por la fuerza de las agencias de desarrollo comarcales. También por impulsar la colaboración y gobernanza compartida entre la Diputación y las agencias de desarrollo para las políticas de promoción económica y competitividad empresarial. Has sido jefe de departamento de promoción y competitividad empresarial de Tolosaldea Garatzen. ¿Qué nuevos retos afrontan las agencias de desarrollo de cara al futuro? ¿Cuáles son las claves para orientar su actividad y su modelo de relación con la Diputación?

Destacaría que la competitividad del territorio es fruto del trabajo y la acción de diferentes agentes. En los últimos años, las agencias de desarrollo, sus políticas y estrategias han sido para la Diputación agentes importantes de territorialización por su visión comarcal cercana. En la definición y puesta en marcha de itinerarios compartidos y políticas públicas conjuntas, en los últimos años, se ha realizado un especial esfuerzo en los procesos de capacitación del personal técnico de las agencias de desarrollo y en la co-creación de procesos. Para tener una visión territorial completa es importante, respetando la naturaleza y características de cada comarca, realizar itinerarios comunes en torno a temas de competitividad más generales.

Las agencias de desarrollo comarcales, aprovechando la confianza y cercanía que ya tienen con las empresas, deben convertirse en el principal motor de transformación de las pequeñas y medianas empresas.

Las agencias de desarrollo deben ser un compañero de viaje de proximidad para las pequeñas y medianas empresas de sus comarcas; el gran reto en mi opinión es convertirse en un compañero de viaje de alto valor añadido. Aprovechando su confianza y cercanía con las empresas, deben convertirse en el principal motor de transformación de las pequeñas y medianas empresas.

Teniendo en cuenta muchas de las cuestiones que has planteado, ¿cuáles son los principales retos que tiene Gipuzkoa y cuál es el proyecto estrella de la Diputación en cada uno de ellos?

Debemos proteger y cuidar los sectores y actividades de importancia en la actualidad; para que estos sigan siendo competitivos deben existir líneas de políticas públicas y subvenciones. En cuanto al mantenimiento y fortalecimiento de los sectores actuales, además de anticipar las transformaciones y transiciones mencionadas, uno de los principales retos en el ámbito empresarial es la buena organización y ejecución del relevo generacional.

Contribuir a la creación, mantenimiento y competitividad de las empresas, es decir, trabajar por una economía sólida, es la única forma de mantener la calidad de vida de Gipuzkoa.

Hay que impulsar nuevas economías de la mano de nuevos sectores, pero teniendo en cuenta que el territorio es pequeño, las apuestas de la Diputación deben estar muy centradas. Los proyectos estratégicos del Departamento más destacables en esta materia son los siguientes:

- Ser un referente en el campo de la ciberseguridad industrial -objetivo para el que se crea el Centro de Ciberseguridad de Gipuzkoa ZIUR en 2019-.
- Ser un referente del sur de Europa en las capacidades empresariales que requiere una movilidad inteligente y sostenible -aquí se ubican el Centro y Polo MUBIL-.
- Gipuzkoa QUANTUM; alineado con la estrategia BasQ impulsada por el Gobierno Vasco, Gipuzkoa impulsa iniciativas empresariales y capacidades de computación cuántica y su utilización por la industria local.
- GANTT; Impulsar la creación de empresas de terapias avanzadas basadas en la genética dentro de las biociencias.

Mila esker Unai por responder amablemente a nuestras preguntas.

Foto: Unai Andueza. Etorkizuna Eraikuz. GFA. DONOSTIA. Autora: Sara Santos.

