

2019

**Informe *amec*
de Coyuntura**

Introducción

El Informe *amec* de Coyuntura 2019 no es como los anteriores, y no puede ser interpretado como los que hemos publicado otros años.

Mientras que en otras ocasiones, las previsiones del comercio internacional publicadas por la OMC en octubre solían ser suficientes para prever la marcha del comercio internacional para todo el año, en estos momentos resulta difícil prever qué sucederá el próximo mes.

El cisne negro ha emprendido el vuelo en forma de pandemia. País tras país, el Covid-19 disrumpe todas las economías. Ya no hay mercados “seguros” y la única certitud para las empresas es la constante incertidumbre.

Pese a todo, esta situación no significa una ruptura respecto a lo que habíamos conocido anteriormente. Más bien, esta crisis será un catalizador que acelerará muchas de las tendencias que ya estaban dando forma a la nueva etapa de la globalización, como el comercio electrónico, el trabajo a distancia, la automatización o la simplificación de las cadenas de suministro.

Las empresas deben considerar la crisis del Covid-19 a corto y largo plazo, respondiendo con urgencia al ahora, preparándose para lo próximo y pensando más allá.

Es en este sentido que queremos enmarcar el informe de este año, que se ha elaborado principalmente a partir de las respuestas de los miembros de *amec* en la encuesta lanzada entre febrero y principios marzo de 2020.

El informe recoge la valoración de las empresas respecto a ámbitos como la coyuntura nacional e internacional, la internacionalización y la innovación, pero también se hace un énfasis especial en la digitalización y el talento, dos de los principales factores de competitividad de las empresas en estos momentos.

A lo largo del informe, se hace evidente que las empresas ya se preparaban para una nueva gestión de la digitalización, el talento o la relación con sus proveedores. No obstante, el grado de disrupción de la crisis del Covid-19 ha puesto en evidencia la vulnerabilidad de muchos eslabones que ponen en riesgo toda la cadena.

01
Coyuntura

OBSERVATORIO
amec

Informe amec de Coyuntura 2019

7

02
Ejercicio

OBSERVATORIO
amec

Informe amec de Coyuntura 2019

8

03
Internacionalización

OBSERVATORIO
amec

Informe amec de Coyuntura 2019

12

04
Innovación

OBSERVATORIO
amec

Informe amec de Coyuntura 2019

22

05
Digitalización

OBSERVATORIO
amec

Informe amec de Coyuntura 2019

25

06
Talento

OBSERVATORIO
amec

Informe amec de Coyuntura 2019

28

01

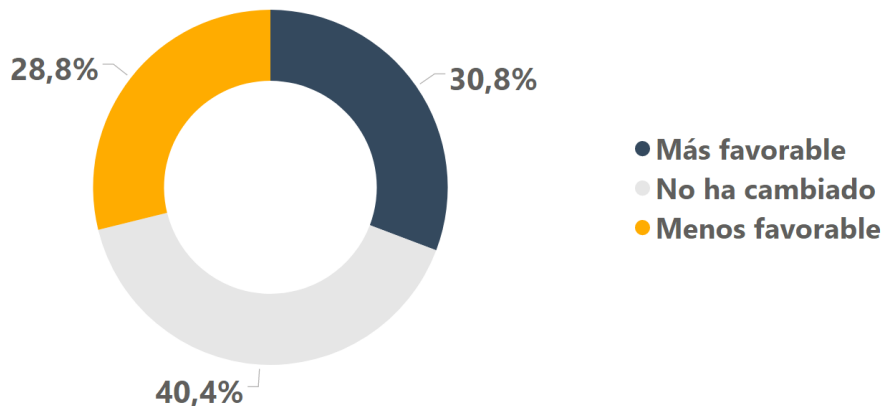
Coyuntura

Coyuntura internacional

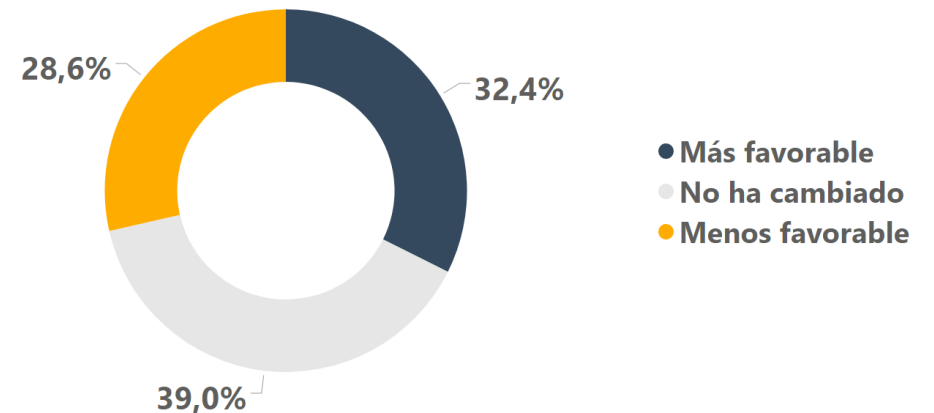
Pese al contexto de creciente inestabilidad y aumento del proteccionismo, para un 70% de las empresas la coyuntura internacional se ha mantenido igual o ha sido más favorable en 2019.

No obstante, en los últimos años, se aprecia una tendencia decreciente de empresas para las que la coyuntura internacional es más favorable. Se frena, de este modo, el creciente optimismo observado en los últimos tres años.

En comparación con el año anterior, ¿cómo valora la coyuntura internacional 2019 para su empresa?



En comparación con el año anterior, ¿cómo valora la coyuntura nacional 2019 para su empresa?



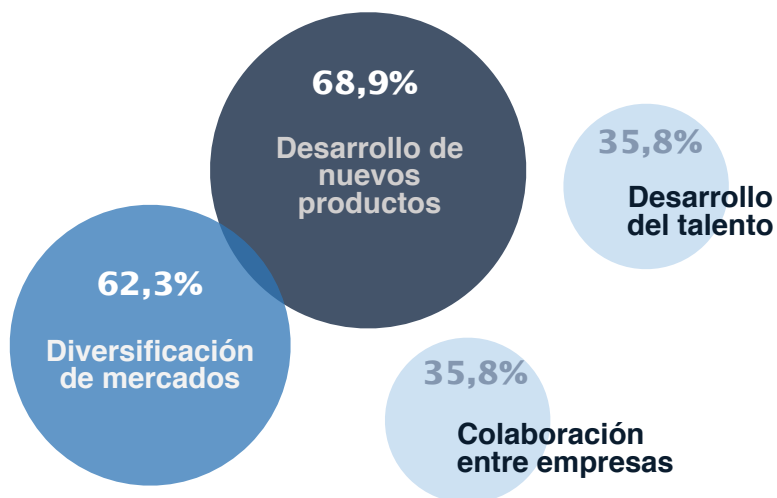
Los resultados para la coyuntura nacional muestran un panorama muy similar al observado en relación a la coyuntura internacional. Pese a el aumento de empresas para las que la coyuntura nacional es menos favorable, en conjunto, la valoración de 2019 se distribuye a partes iguales.

Estrategias para 2020

Las empresas están lidiando con numerosos retos interconectados en un clima general de incertidumbre, que la crisis del Covid-19 ha puesto en evidencia. Este contexto global en transición exige a las empresas adaptar continuamente sus estrategias.

A principios de año, las principales estrategia que las empresas tenían previsto aplicar en 2020 eran la innovación a través del desarrollo de nuevos productos y la búsqueda de nuevos mercados, al igual que manifestaron el año anterior.

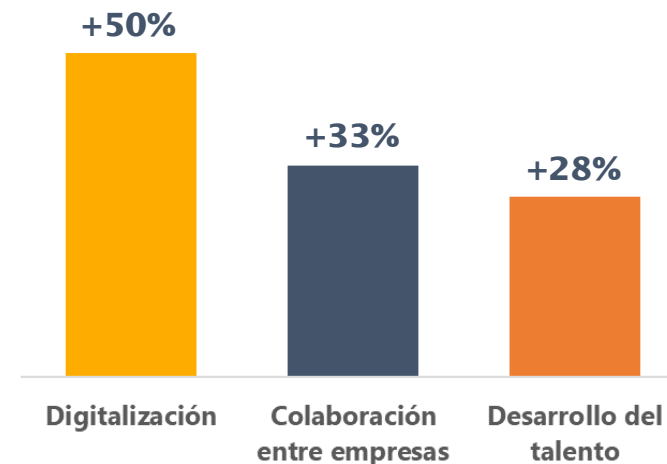

¿Cuáles son las principales estrategias que su empresa tiene previsto aplicar para este año?



No obstante, se puede obtener una lectura muy interesante cuando nos centramos en las estrategias con mayor crecimiento respecto a 2019. En este sentido, se percibe claramente que las empresas ya estaban anticipándose a los cambios que se han precipitado en 2020.

La digitalización, la colaboración entre empresas y el desarrollo del talento son las estrategias donde más ha aumentado el porcentaje de empresas que tienen previsto aplicarlas. Estos resultados se confirman a lo largo del informe.

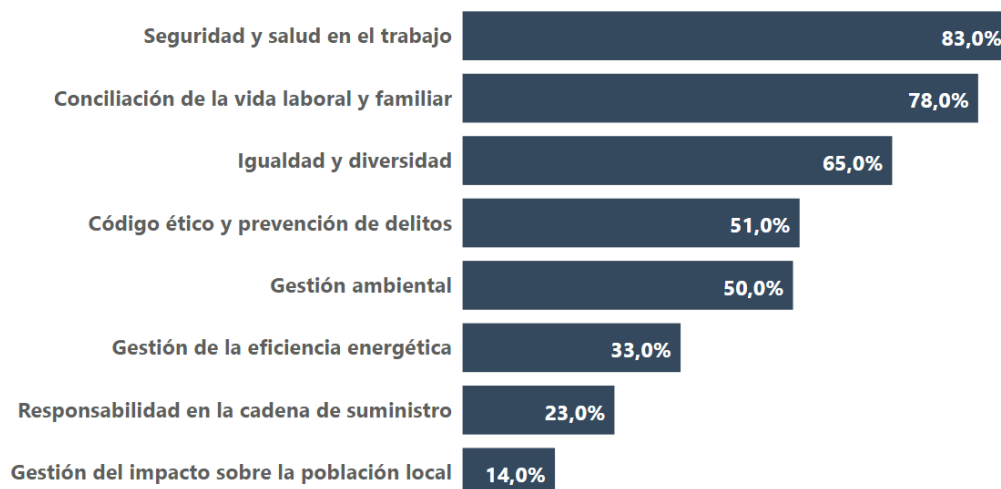

Estrategias con mayor incremento respecto a 2018



Gestión empresarial

La presión política y social sobre las empresas para que éstas aporten valor al conjunto de los *stakeholders*, más allá de los accionistas, es cada vez mayor. Las empresas, a su vez, son conscientes de que rendir cuentas también sobre el medioambiente, la diversidad o la protección de los derechos de los trabajadores, es clave para su reputación.

¿Cuáles de las siguientes áreas aplica su empresa, más allá de lo requerido por la legislación?



A principios de 2020, las áreas donde las empresas estaban realizando mayores esfuerzos eran aquellas más próximas a los trabajadores, como la seguridad o la conciliación.

También se empezaban a incorporar procesos vinculados a la gestión ambiental, aunque de forma más minoritaria, ya que los sectores industriales representados en **amec** tienen pocas externalidades negativas medioambientales.

La crisis del Covid-19 ha acentuado las áreas que ya eran más aplicadas, pero también ha puesto de relieve la necesidad de incorporar otras a las que no se había prestado atención.

El bienestar de la fuerza laboral y la preservación del empleo han sido los ámbitos donde las empresas se han volcado de forma mayoritaria, a través de medidas de seguridad, así como el uso del teletrabajo.

Pese a ser el área de aplicación más minoritaria, las empresas también destacan en la aportación de sus capacidades en beneficio del conjunto de la población local a través de diferentes iniciativas.

Finalmente, una de las principales lecciones que extraerán las empresas internacionalizadas a raíz de la crisis del Covid-19 es el rol estratégico de la cadena de suministro. Gestionar los riesgos con proveedores y clientes es esencial para su actividad, especialmente en el contexto actual de fuerte vinculación entre las cadenas globales de valor.

02

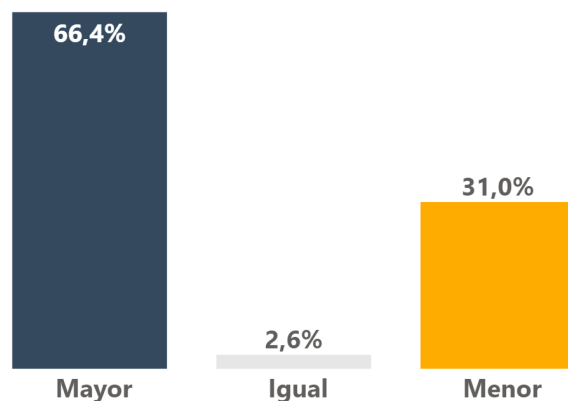
Ejercicio

Cifra de negocios

El 66,4% de las empresas incrementaron sus ventas en 2019 respecto a 2018, mientras que el 31% obtuvo una cifra de negocios menor.

En comparación con los datos de la encuesta del año anterior, estos datos representan un descenso de casi 14 puntos porcentuales de empresas con un incremento en la cifra de negocios (el 80% en 2018). Esta cifra se sitúa, asimismo, por debajo del 77% de empresas que el año pasado esperaban aumentar sus ventas para 2019.

¿Cuál ha sido la variación de la cifra de negocios total en 2019 respecto a 2018?

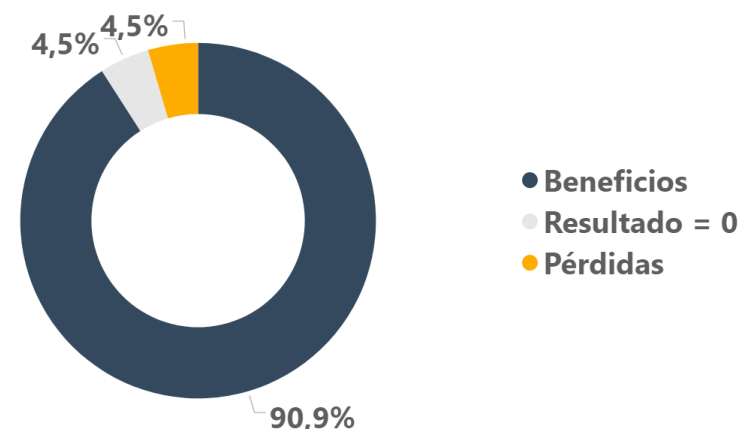


Ejercicio 2019

El porcentaje de empresas que han obtenido beneficios se incrementa ligeramente respecto a 2018, con un 90,1%.

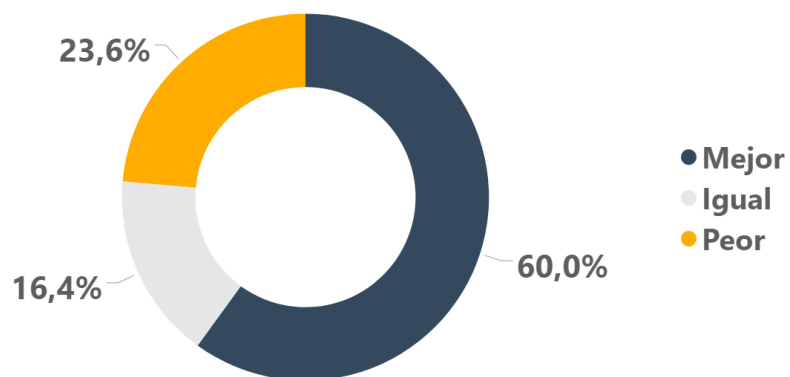
Pese al incremento de empresas con un descenso de ventas que veíamos en el punto anterior, se mantienen las empresas con beneficios.

Resultado del Ejercicio 2019



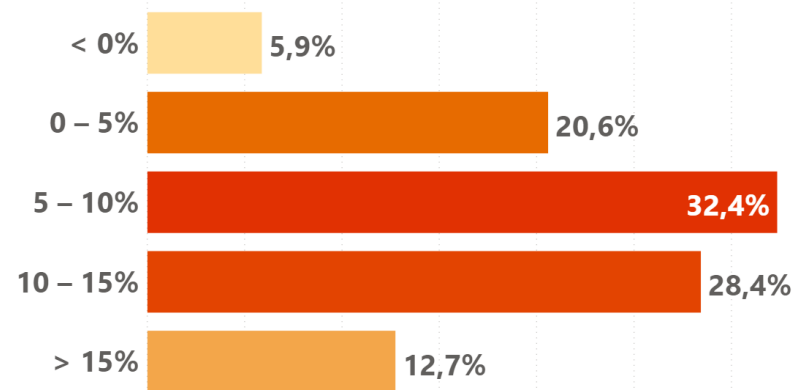
Estos datos se refuerzan igualmente con un mayor porcentaje de empresas para las que los resultados del Ejercicio 2019 mejoraron respecto al año anterior (un 60% en 2019, en comparación con un 55% en 2018)

≡ **¿Cómo han sido los resultados del Ejercicio 2019 respecto a 2018?**



La rentabilidad de las empresas en 2019 siguió en línea con el año anterior, aunque se aprecia un incremento de empresas que se sitúan en los rangos de EBITDA sobre ventas por encima de un 10%.

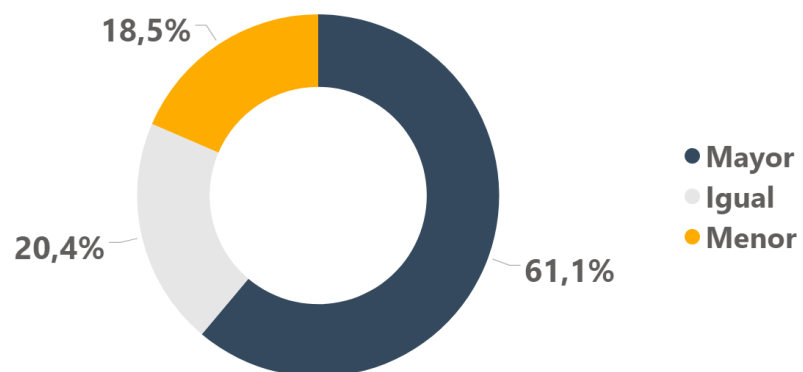
≡ **Indique el rango en el que ha situado el EBITDA sobre ventas de su empresa en 2019.**



Plantillas

El 61,1% de las empresas han incrementado el número de trabajadores totales 2019. Se trata de un porcentaje menor que en 2018 (67%), pero aun así en la línea de los datos de los últimos cinco años.

¿Cuál ha sido la variación del número de trabajadores respecto al año anterior?



03

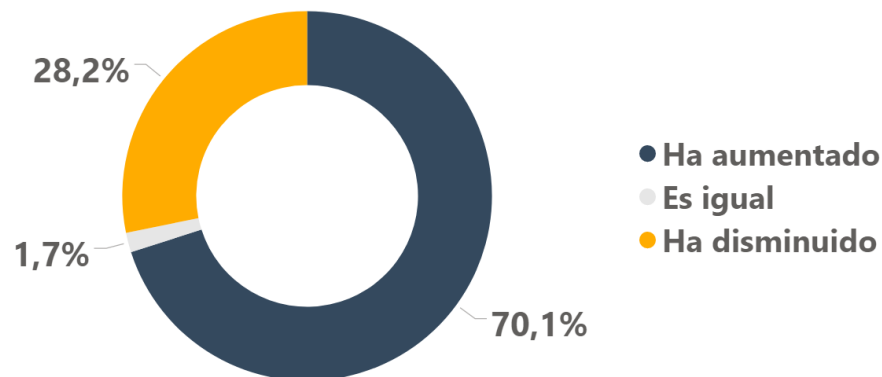
Internacionalización

Exportación 2019

El 70,1% de las empresas han incrementado sus exportaciones en 2019. Se trata de un porcentaje menor que en 2018 (78%).

La variación de la exportación total de las empresas de **amec** en 2019 ha sido del 7,9%, un porcentaje inferior al 11,4% del año anterior. La propensión exportadora, por su parte, se mantiene en un 55,5%, un valor similar al de 2018 (55,6%).

¿Cuál ha sido la variación de las exportaciones en 2019 respecto a 2018?



7,9%

INCREMENTO DE LA EXPORTACIÓN
Variación de la exportación total 2019.

6.200

M€

VOLUMEN DE EXPORTACIÓN

55,5

%

PROPENSIÓN EXPORTADORA MEDIA
Porcentaje medio de exportación sobre facturación.

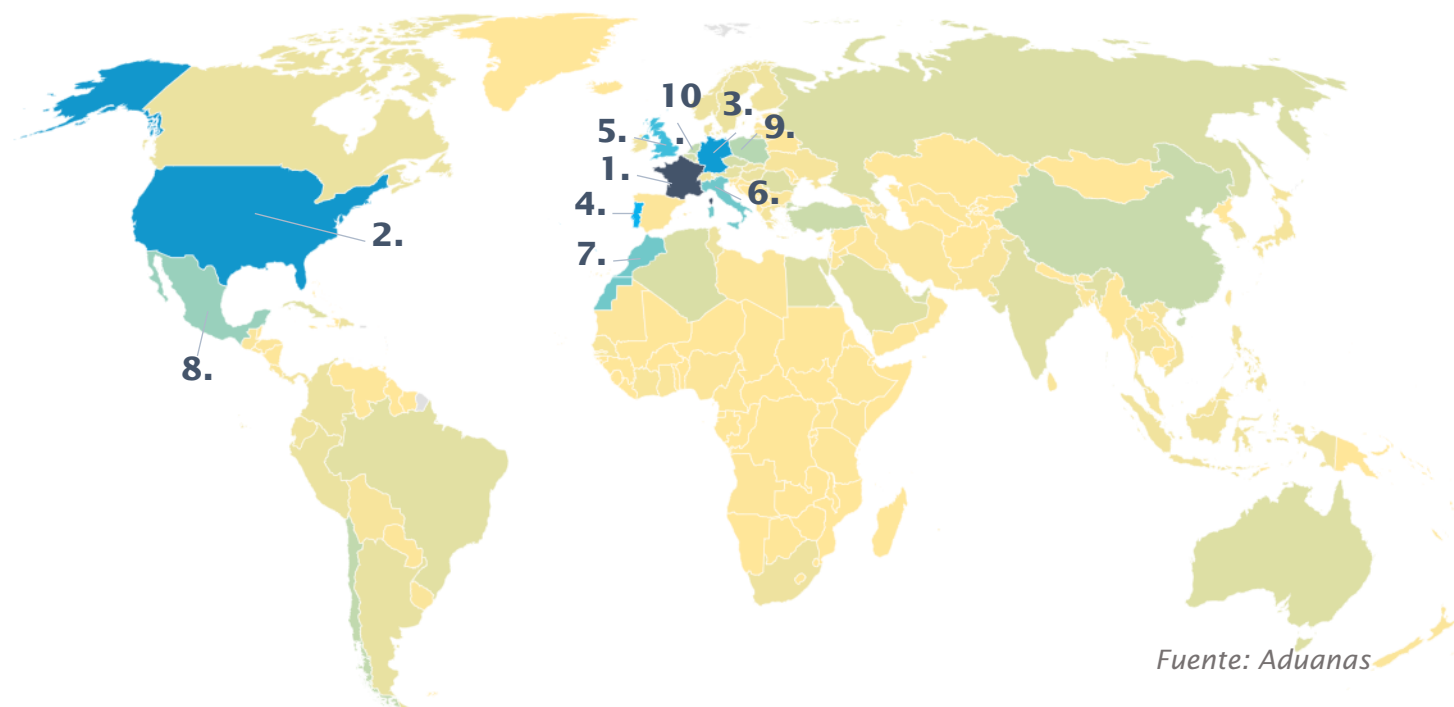
Mercados de destino

Respecto al año anterior, se mantienen los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de los sectores representados en *amec*.

Los mercados más próximos, Francia y Portugal mantienen una tendencia de crecimiento estable (7% y 5% respecto a 2018, respectivamente), mientras que las ventas a Alemania continúan con la tendencia de desaceleración de 2018, disminuyendo un -9% respecto al año anterior.

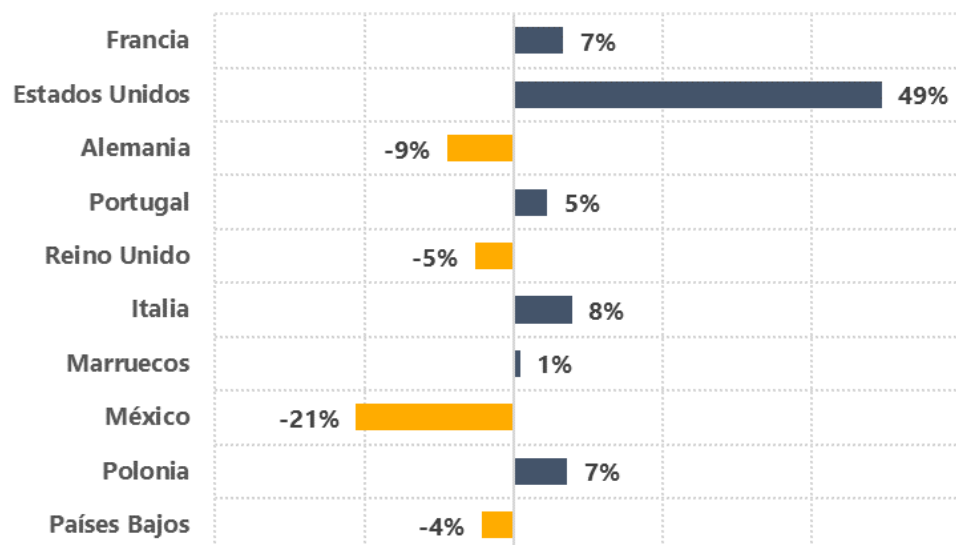
 **Top 10. Mercados destino de las exportaciones (% del total)**

1. Francia	15,0%
2. EEUU	9,5%
3. Alemania	9,1%
4. Portugal	7,3%
5. Reino Unido	5,7%
6. Italia	4,2%
7. Marruecos	4,2%
8. México	3,0%
9. Polonia	2,1%
10. Países Bajos	1,9%



Fuente: Aduanas

Top 10. Variación de las exportaciones respecto a 2018



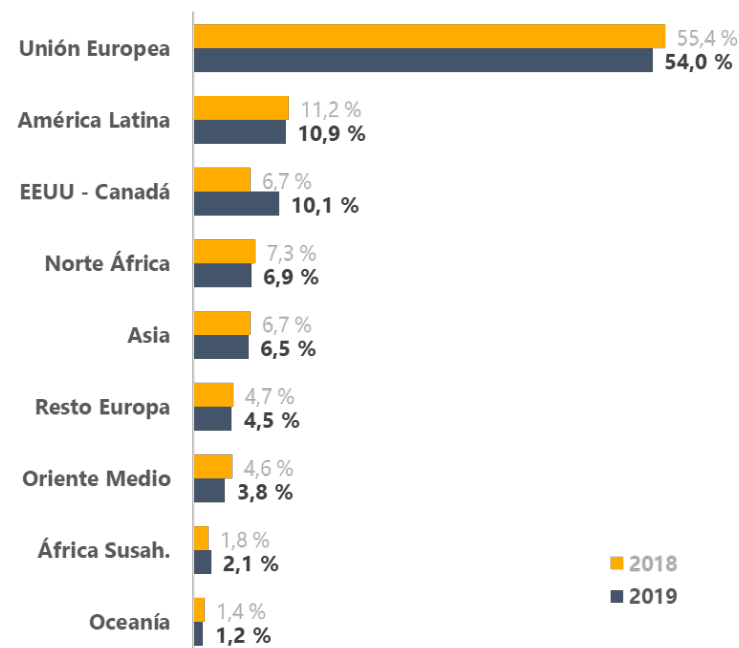
Destaca el importante crecimiento de las ventas a Estados Unidos (+49%) que le hace escalar hasta el segundo puesto del ranking (en 2018 se situó en el cuarto puesto).

Este incremento se debe principalmente a los sectores de material eléctrico y soluciones para las ciudades, aunque todos los sectores (a excepción del equipamiento para baño y saneamiento) experimentaron un incremento.

Regiones

La Unión Europea representan más de la mitad del total de exportaciones, pero su peso continúa disminuyendo. El descenso en 2019 se explica, básicamente, por el incremento de las exportaciones a Estados Unidos y, en menor grado, a África Subsahariana (Sudáfrica, Senegal y Ghana).

Variación de las exportaciones (2019-2018), por región



Mercados de interés


¿Qué mercados están despertando en 2020 mayor interés para dirigir los esfuerzos comerciales de su empresa?

Ranking		Mercado	previo	Exportación
1	=	Estados Unidos	1	2
2	▲	Francia	3	1
3	▼	México	2	8
4	=	Alemania	4	3
5	▲	Rusia	9	18
6	▲	Reino Unido	7	5
7	▼	India	5	22
8	▲	Indonesia	--	45
9	▲	Italia	--	6
10	▼	China	6	12

Estados Unidos mantiene por quinto año consecutivo su liderazgo en el ranking de mercados que despiertan mayor interés entre las empresas para dirigir sus esfuerzos comerciales.

Los mercados situados en los 4 primeros puestos se mantienen, mientras que el resto se observan cambios interesantes.

Pese al descenso de las exportaciones a Alemania en 2019, las empresas continúan viendo oportunidades en este mercado. Algo similar ocurre con Reino Unido, pese a la incertidumbre generada por el Brexit.

En cambio, México ha notado más el impacto del descenso de las exportaciones, posiblemente debido a que éste ha sido muy acentuado.

China también ha perdido puestos en el ranking, pasado de la sexta a la décima posición en 2019.

Finalmente, destacan dos nuevas incorporaciones, Indonesia e Italia. Mientras que Italia es uno de los principales destinos (6º) de las exportaciones de las empresas, Indonesia es un mercado todavía poco explotado.

Rusia e India son otros dos mercados emergentes que, pese a no estar entre los principales destinos de exportación, continúan atrayendo el interés de las empresas.

Implantaciones en el exterior

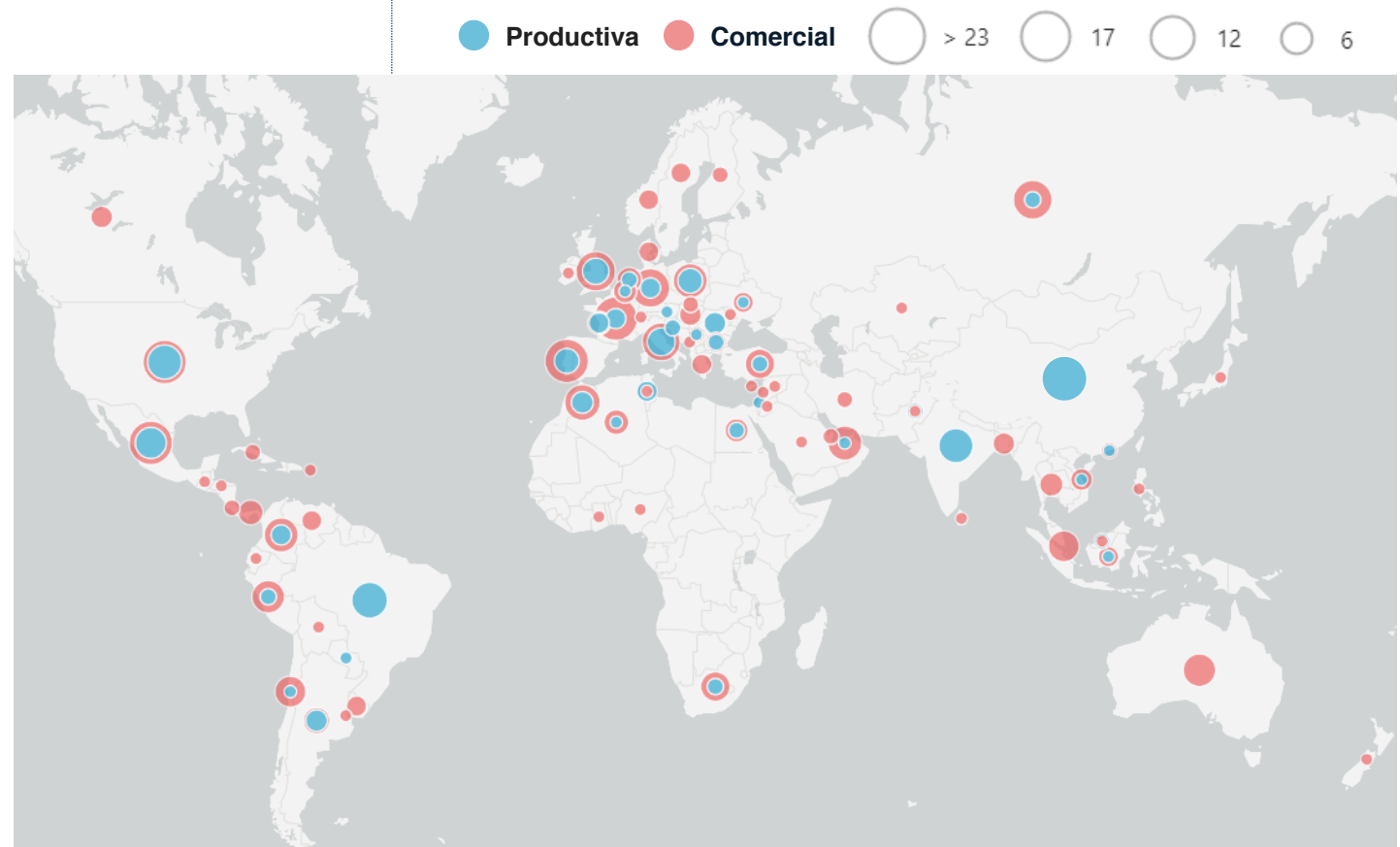
En 2020, 160 empresas de *amec* cuentan con implantaciones en el exterior (142 en 2019), representando en conjunto un total 644 implantaciones (579 en 2019). De éstas, el 75,8% son comerciales.

El país con mayor número de filiales es Estados Unidos (28% del total), seguido por China y México (ambas el 27%) y Francia (23%).

Mientras que, en general, las implantaciones comerciales suelen predominar, en los casos de China, Brasil e India, las filiales productivas igualan a las comerciales.

Implantaciones establecidas en 2019

En 2019, 34 empresas establecieron 48 nuevas implantaciones, siendo México, Italia, Estados Unidos, Francia e India los principales mercados.



Principales riesgos

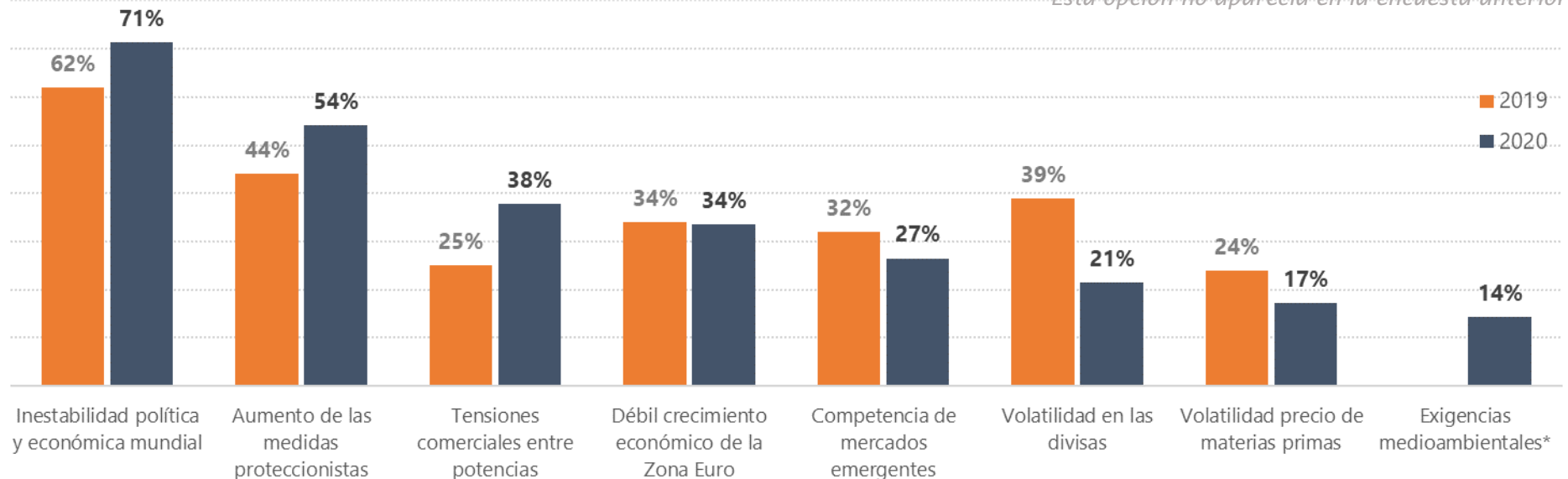
A principios de año, el Brexit, el auge del proteccionismo o la disputa comercial entre EEUU y China eran los riesgos más inmediatos para las empresas y pocos preveían que una epidemia paralizase la economía mundial.

Pese a todo, existen tendencias de fondo que van a continuar afectando a la actividad de las empresas y que es preciso analizar.

¿Cuáles podrían ser los principales riesgos para la actividad internacional de su empresa en los próximos tres años?

En comparación con el año anterior, el ranking de principales riesgos muestra algunos significativos. Mientras que la incertidumbre en torno a las políticas comerciales y las tensiones geopolíticas se refuerzan como las mayores amenazas, la volatilidad en las divisas y en el precio de las materias primas son percibidas como un riesgo por un porcentaje menor de empresas.

Por primera vez, se ha querido evaluar la incidencia de las exigencias medioambientales, donde se observa que para un 14% de las empresas son percibidas como factor de riesgo.



Dificultades en la internacionalización

El porcentaje de empresas que en 2019 han encontrado dificultades significativas para desarrollar su actividad internacional es del 80,6%, ligeramente superior al 79% obtenido en 2018.

¿Cuáles han sido las principales dificultades que ha encontrado para desarrollar su actividad internacional en 2019?



Encontrar socios comerciales (distribuidores, agentes, etc.) es la dificultad compartida por un mayor número de empresas, el 60,5% del total, situándose por delante de otros aspectos relacionados como encontrar clientes (22,2%) o identificar oportunidades de negocio (11,1%).

La creciente competencia de empresas de países como China, India, Turquía o del Sudeste Asiático, se está traduciendo en una mayor presión sobre los precios, tal y como se refleja en los resultados de la encuesta.

Por otro lado, las empresas manifiestan dificultades para encontrar y captar talento, pasando del cuarto en 2018 al tercer puesto del ranking 2019. Se requieren nuevos perfiles a menudo difíciles de encontrar y, a la vez, las empresas deben competir para atraer este talento.

También escala un puesto la complejidad en los sistemas de certificación. Este incremento se ve apoyado por los resultados del Informe de Barreras 2019 de **amec**, donde la dificultad para certificar los productos en el exterior y saber qué normas se les aplican fue la segunda mayor barrera identificada.

Mercados con barreras

Respecto a 2018, se mantienen los principales países en los que las empresas han detectado un aumento de obstáculos, aunque con nuevas incorporaciones.

En 2019, Argelia encabeza el ranking de mercados con mayor incremento de barreras, según las empresas, debido principalmente a la incertidumbre generada por los cambios en las tasas aplicadas a las importaciones.

Países como Brasil, Argentina, India y Rusia, son mercados complejos, con altos aranceles, falta de transparencia respecto a la normativa aplicable y diferencias dentro de las regiones del propio país.

Respecto a Marruecos, la aplicación de un nuevo sistema de certificación y la obligatoriedad de fumigar los embalajes ha creado un cierto desconcierto inicial.

EEUU ha continuado una escalada de medidas proteccionistas y de enfrentamiento comercial con sus socios. Irán ha sido uno de los principales perjudicados, haciendo muy complicado exportar a este país.

¿Cuáles son los principales mercados en los que ha detectado un aumento de obstáculos en 2019?

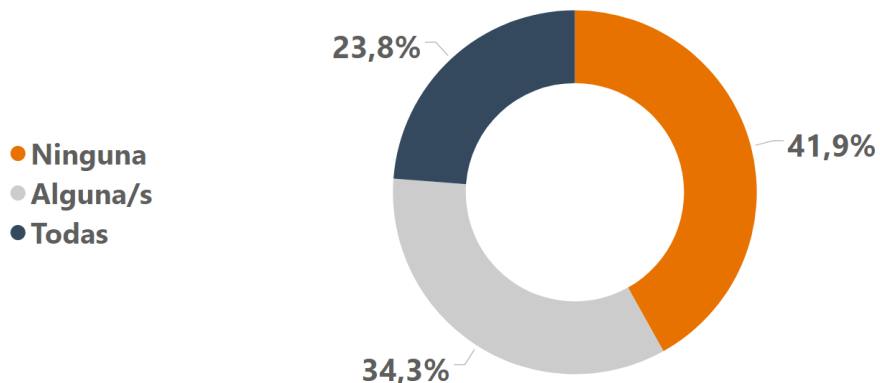


Seguro de las ventas

En 2019, aumenta el porcentaje de empresas que aseguran todas o parte de sus ventas al exterior.

En el caso de las empresas que no aseguran ninguna de sus ventas tratarse, en general, de casos en los que se opera con socios de confianza con los que consideran que no es necesario recurrir a instrumentos de seguro.

¿Su empresa ha asegurado las ventas al exterior en 2019?



Se observa casi un 6% de empresas que, mientras que en 2018 no aseguraban ninguna (43%) o alguna de sus ventas (39%), en 2019 las aseguran todas.

Este movimiento puede deberse a una mayor percepción del riesgo por parte de las empresas y/o a un cambio en la oferta de las propias compañías de seguro para desarrollar coberturas más factibles.

¿Cuáles han sido los motivos por los que no ha asegurado la/s venta/s?



04

Innovación

Actividades de innovación

En 2019, el 97,1% de las empresas ha realizado actividades de innovación, aumentando ligeramente respecto al 96,5% de 2018. La inversión en innovación (como % de facturación), con un 4,7% de promedio, se mantiene respecto a 2018.

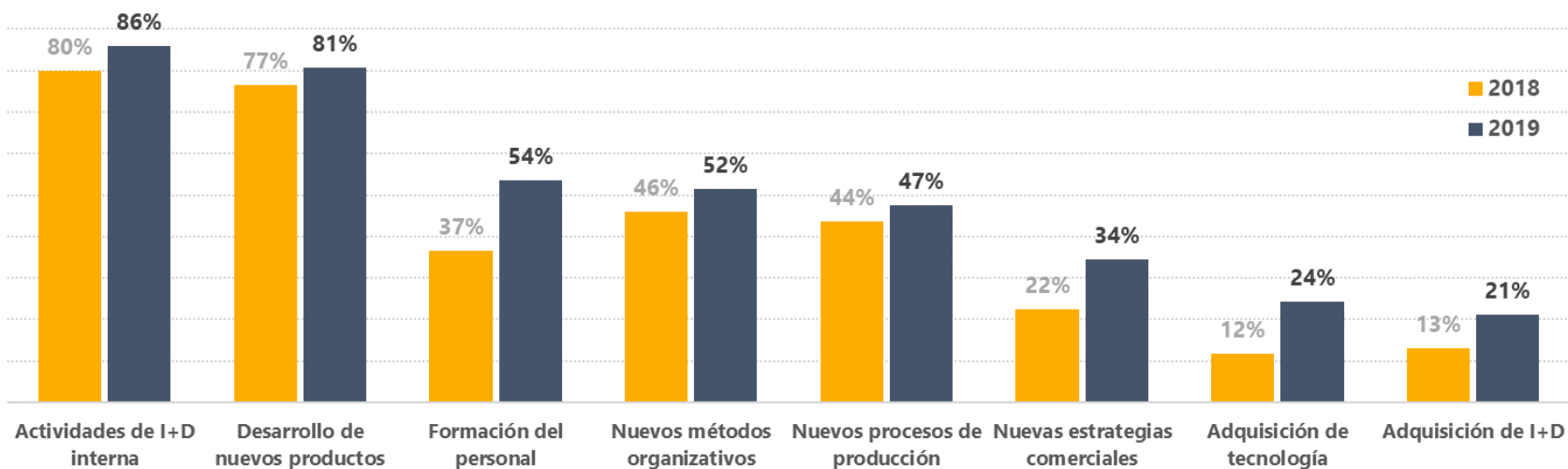
En todas las diferentes actividades de innovación se aprecia un incremento de empresas que las llevan a cabo, reflejando una tendencia de diversificación en las estrategias de las empresas.

Una de las actividades donde se aprecia un mayor aumento es en la adquisición de tecnología e I+D. Aunque aún es menor respecto a los otros ámbitos, se dobla (en porcentaje de empresas), indicado un posible incremento de la innovación abierta.

Esto, a su vez, tiene repercusiones sobre la necesidad de invertir en la formación del personal, como se observa en el incremento de casi el 20% respecto a 2018.

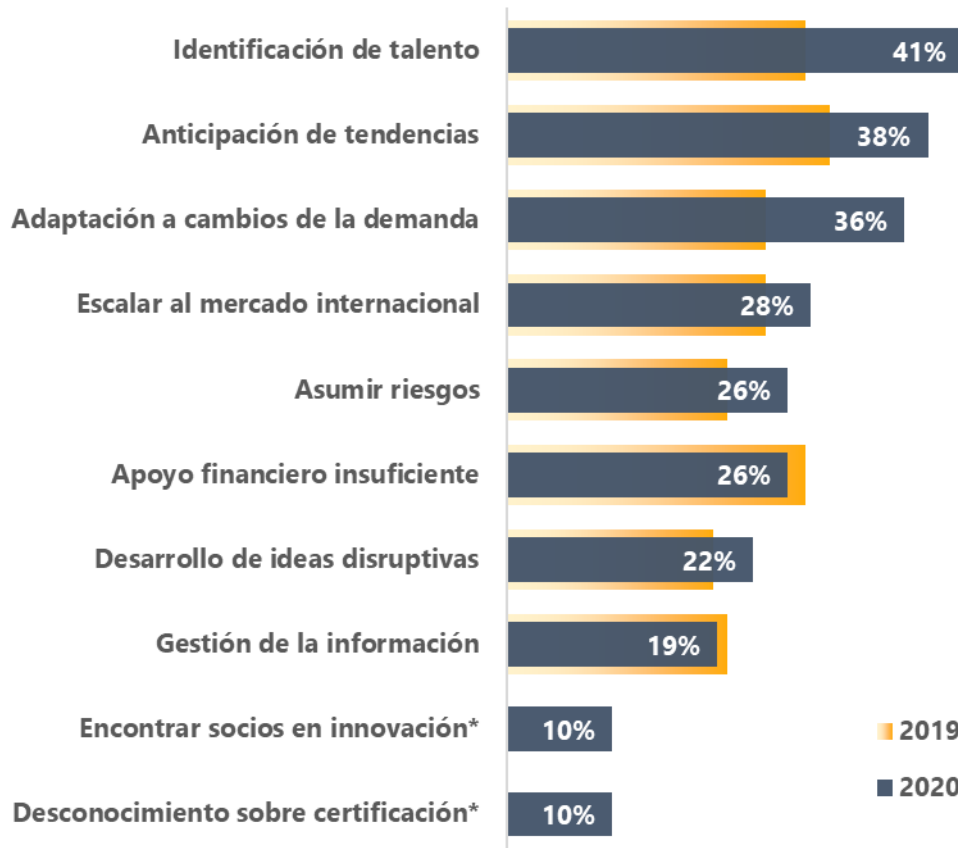
≡ ¿Cuáles de las siguientes actividades de innovación realizó en 2019?

4,7% FACTURACIÓN DEDICADA A INNOVACIÓN



Retos en la innovación

¿Qué retos reducen la capacidad de su empresa para innovar de forma más eficiente?



La fuerte vinculación entre internacionalización e innovación se ve reflejada en las respuestas de las empresas. La dificultad para encontrar talento es uno de los principales retos de las empresas, ya sea para desarrollar su actividad internacional o de innovación.

En 2019, la identificación de talento es el reto compartido por mayor número de empresas y el que más crece en comparación al año anterior.

Los siguientes retos en importancia, como la anticipación de tendencias y adaptación a cambios de la demanda, son de carácter prospectivo. Esto se explica en gran medida por un entorno cada vez menos previsible y con mayores riesgos, que dificultan la capacidad de las empresas para desarrollar sus innovaciones.

La anticipación y adaptación al entorno son pasos previos para desarrollar planes de innovación. Al tener que enfrentarse a un contexto internacional que les exige reajustar sus premisas, la capacidad de innovación se enfrenta a mayores retos.

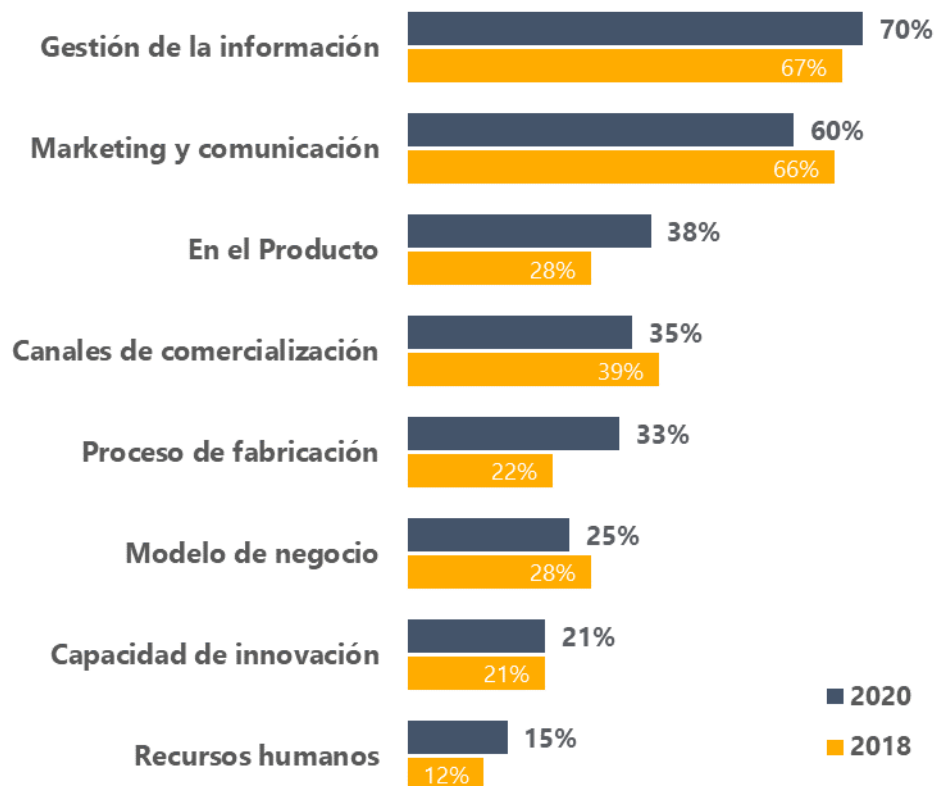
* Esta opción no aparecía en la encuesta anterior

05

Digitalización

Ámbitos de impacto

¿Cuáles son los principales ámbitos en los que la digitalización tendrá un mayor impacto para su empresa?



Los avances tecnológicos se han sucedido a una velocidad exponencial en los últimos años, introduciéndose en casi todas las áreas y procesos de las empresas. Esto repercute sobre los ámbitos en los que las empresas perciben un mayor impacto.

Las empresas ponen en evidencia una maduración respecto al rol de la digitalización. Si hace unos años, las tecnologías digitales se veían principalmente útiles para aspectos como el marketing, ventas y la comunicación, en 2020 el peso empieza a trasladarse a ámbitos relacionados con los procesos productivos.

La Gestión de la información continúa siendo el ámbito más destacado por las empresas. No obstante, la variación respecto a 2018 es modesta.

Disminuye el porcentaje de empresas que consideran que el mayor impacto de la digitalización se producirá en Marketing y comunicación (del 66% en 2018 al 60% en 2020) y en Canales de comercialización (del 39% al 35%).

El impacto percibido sobre el Producto y el Procesos de fabricación crece de forma significativa respecto a 2018, subiendo puestos en el ranking. En concreto, el impacto sobre el producto ocupa este año el tercer puesto.

La crisis del Covid-19 ha evidenciado a las empresas la importancia de poder controlar el proceso productivo de forma remota a través de la digitalización. Es previsible que en la encuesta del próximo año esta tendencia sea aún más marcada.

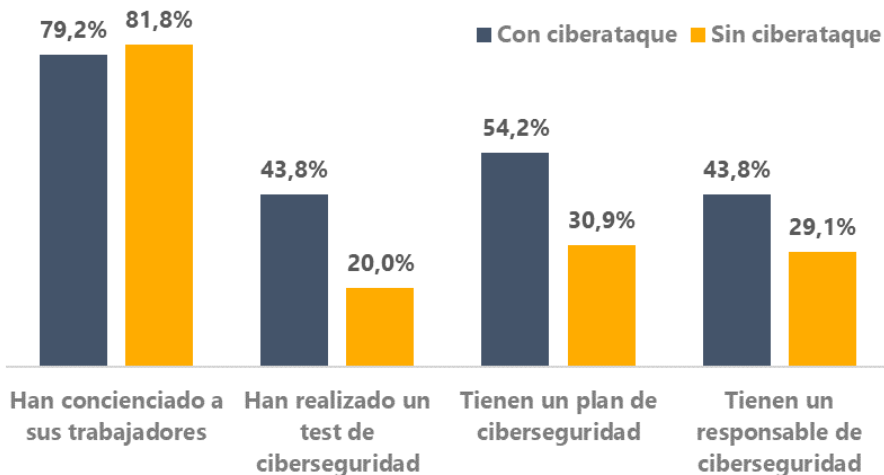
Ciberseguridad

Cada vez son más las empresas para las cuales la digitalización tiene un impacto relevante en los procesos productivos. No obstante, esto también comporta un aumento de los riesgos, a través de las ciberamenazas. Así, casi la mitad (46,1%) de las empresas han sido objeto de algún ataque de ciberseguridad.

La protección contra los ciberataques empieza por la concienciación de los trabajadores, en un promedio del 80,5% de las empresas.

La aplicación de medidas con un mayor nivel de implicación, varía en función de si las empresas han sido objeto de ciberataques.

¿Qué medidas se están aplicando para proteger la empresa de los ciberataques?

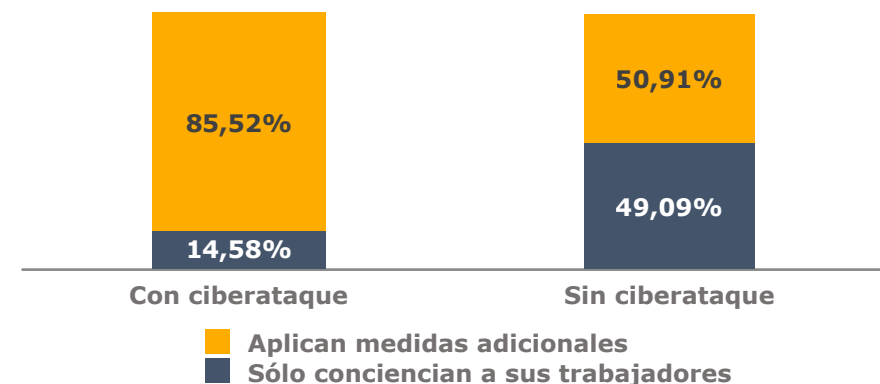


De este modo, la gran mayoría (85,5%) de las empresas que han sufrido ciberataques dispone de un plan de ciberseguridad, ha realizado tests o bien han designado un responsable para este ámbito. En el caso de las empresas sin ciberataques este porcentaje disminuye al 50,9%.

Comparando el grado de aplicación de estas medidas de mayor inversión entre los dos grupos de empresas, se observa que en ambos casos la principal estrategia pasa por establecer un plan de ciberseguridad.

La realización de un test de ciberseguridad, por otro lado, es minoritario en el caso de las empresas que no han sufrido un ciberataque.

Tipología de medidas adoptadas, en función de haber sufrido un ciberataque



06

Talento

Gestión del talento

El talento es una de las principales preocupaciones de las empresas, ya sea con relación a su actividad internacional o de innovación.

¿Cuáles son las principales dificultades en la gestión del talento?



Las primeras fases de la gestión del talento (selección e identificación de perfiles) son aquellas donde las empresas encuentran las principales dificultades.

Por un lado, se encuentra la complejidad en la selección, que incluye las entrevistas, la clasificación de currículums o detección de *soft skills*. Por otro lado, la identificación (reclutamiento y búsqueda) de perfiles que requieren cada vez aspectos no directamente reflejados en una formación o titulación concreta.

En segundo lugar, encontramos factores más vinculados con la capacidad de las empresas para fidelizar el talento, como son la formación o la retribución.

Es destacable observar cómo, pese a que el principal obstáculo es identificar y seleccionar perfiles, la atractividad de la empresa es señalada como una de las principales preocupaciones por sólo un 11,3%.

Perfiles

La estrecha vinculación entre internacionalización e innovación se evidencia en el hecho de que los perfiles con más dificultad para retener y/o contratar son tanto de carácter internacional como técnico.

Además, el hecho de que los miembros de **amec** sean empresas industriales internacionalizadas explica en gran parte en la dualidad de perfiles que se obtiene a través de las respuestas.

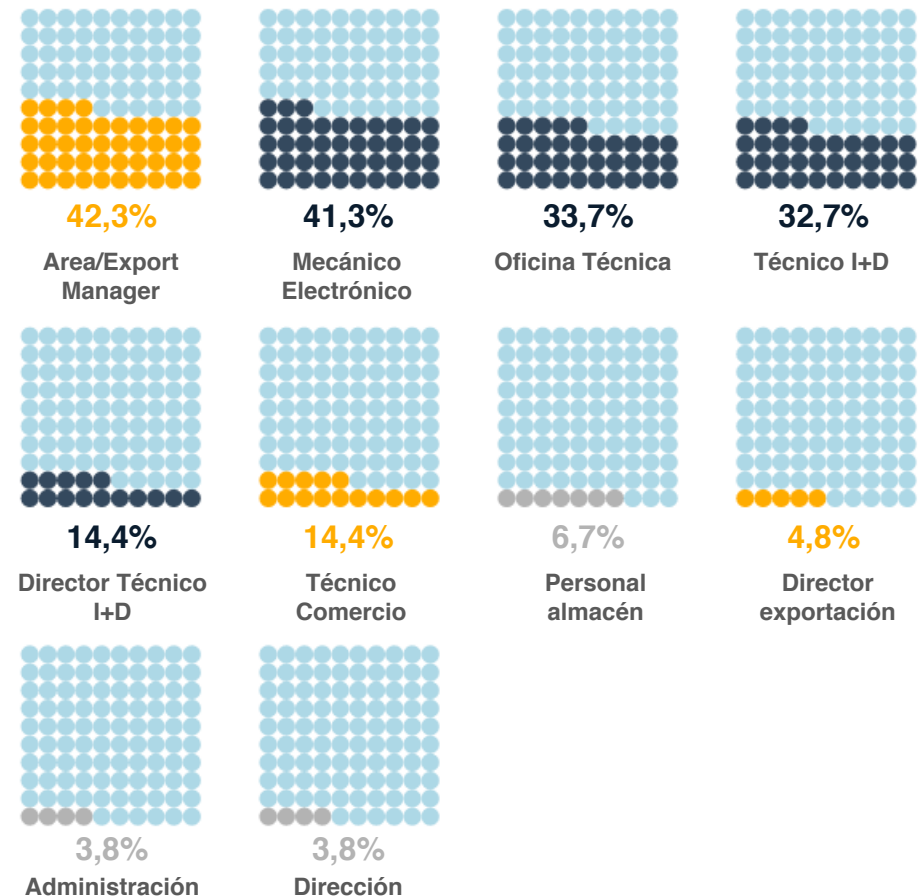
Así, si bien el perfil con mayores dificultades es el de Area/Export Manager, los cuatro siguientes son todos ellos de perfil técnico o de innovación. En cambio, los puestos con menos dificultades son de carácter administrativo o de dirección.

Uno de los principales retos respecto a los perfiles técnicos, en el caso de las empresas internacionalizadas, es que puede ser necesario que tengan que desplazarse a otros países para desarrollar parte de su actividad.

Esto conlleva que se requiera un nivel suficiente de idiomas y asumir las dificultades intrínsecas que implica viajar, adaptarse a otras culturas, etc. Las nuevas generaciones tienen otras prioridades, como la conciliación con la vida familiar y las empresas tienen que reforzar esos aspectos para retener estos perfiles.

Por otro lado, las empresas industriales se encuentran con el reto de competir con empresas "más atractivas" para retener esta nueva generación de trabajadores.


¿Qué perfiles ha tenido más dificultades para retener y/o contratar?



Habilidades

¿Qué habilidades valora más en el momento de contratar personas para su empresa?



Las habilidades más valoradas por las empresas son aquellas relacionadas con la eficiencia y productividad, como son el compromiso, la proactividad, la responsabilidad y la capacidad resolutive.

En cambio, aquellas habilidades de carácter más creativo e interpersonal son destacadas por un porcentaje menor de empresas. Este tipo de habilidades (*soft skills*), más complejas, que no pueden ser desarrolladas por máquinas, van a ser cada vez más necesarias conforme la automatización substituye trabajadores por máquinas.

Este tipo de habilidades exclusivamente humanas, como la creatividad, la curiosidad, el entusiasmo, el liderazgo, la empatía o la compasión, son aquellas por las que las nuevas generaciones de trabajadores quieren ser valoradas y es lo que marcará la diferencia al abordar problemas complejos y aprovechar oportunidades.

Se trata, definitiva, de habilidades imprescindibles en el contexto actual de incertidumbre y cambio continuo, donde las empresas deben reajustar sus respuestas en tiempo real a medida que los eventos evolucionan rápidamente.



OBSERVATORIO *amec*

Un trabajo de investigación del *Observatorio amec*,
liderado y ejecutado por Susana González y Gerard Vallès,
y posible gracias a la participación de la comunidad *amec*.