

Ficosa invierte 26 millones en el primer retrovisor sin espejo del mundo

El Audi e-tron lanza el nuevo producto y la compañía ya negocia con otras marcas

DOLORS ÁLVAREZ
Barcelona

Hito en la industria automovilística y punto de inflexión en la transformación tecnológica de Ficosa. La compañía ha lanzado el primer retrovisor digital del mundo, que sustituye a los espejos tradicionales y ha supuesto una inversión de 30 millones de dólares (unos 26 millones de euros) y 90 personas trabajando en exclusiva en el desarrollo del proyecto durante tres años. El primer vehículo en incorporarlo ha sido el Audi e-tron, un nuevo SUV eléctrico de la marca alemana que en unas semanas saldrá ya al mercado.

“Ser el primero es muy importante y ahora nos toca escalar con otros clientes”, dice Xavier Pujol, consejero delegado de Ficosa. Hay ya contactos con varias marcas, todas del segmento *premium*, pues innovaciones de este tipo resultan de entrada muy costosas y sólo pueden rentabilizarse a partir de un determinado precio del vehículo. Sus clientes potenciales suelen ser, además, ejecutivos de mediana edad, adinerados pero a la vez concienciados con la sostenibilidad y seducidos por las nuevas tecnologías. Audi lo dejó claro al elegir San Francisco para presentar su e-tron, en pleno territorio Tesla

El cambio tecnológico consiste en sustituir los espejos tradicionales por un sistema de cámaras acopladas al vehículo que transmiten las imágenes a las pantallas táctiles ubicadas en el interior del coche. Entre las ventajas de seguridad que ofrece, destaca la ampliación del campo de visión y, en particular, la eliminación del ángulo muerto.



Interior del Audi e-tron con el retrovisor digital de Ficosa incorporado

La nueva tecnología, conocida como Camera Monitoring System (CMS), está homologada de momento para el mercado europeo. “Esperamos que pronto pueda estarlo también en Estados Unidos, en China y en Japón”, señala Xavier Pujol, que está convencido de en la penetración en los mercados asiáticos jugará un papel clave la colaboración con Panasonic, accionista de referencia de Ficosa junto a la familia Pujol.

Este retrovisor digital ha sido desarrollado y se fabrica en la

planta de Ficosa de Viladecavalls, que se ha reconvertido en un gran centro de tecnología a partir de la antigua fábrica de Sony. También participa en el proyecto la planta de Ficosa en Wolfenbüttel (Alemania) que fabrica los soportes que sujetan las cámaras en el exterior. Ha sido un desarrollo largo, pues aunque el pedido concreto de Audi llegó hace tres años Ficosa lleva trabajando en la idea del retrovisor digital más de diez años.

Noventa ingenieros, relacionados con los campos de la óptica, el

software y el hardware, han estado exclusivamente dedicados al retrovisor de Audi. “Ahora ya tenemos el conocimiento, la plataforma para escalar en este ámbito”, señala el consejero delegado.

Es un paso de gigante para la unidad de negocio ADAS (asistencia avanzada a la conducción), uno de los grandes pilares en los que Ficosa sustenta sus aspiraciones de crecimiento con alto contenido tecnológico. Para avanzar en sus objetivos, en los últimos tres años ha contratado más de 400 ingenieros, y en la actualidad

su equipo de ingeniería supera el millar de personas en todo el mundo.

“En pocos años hemos pasado de destinar a I+D un 3% de nuestra cifra de negocio a un 8%”, señala Pujol, que admite que este acelerón “da un poco de vértigo” y por eso es muy importante consolidar pronto las plataformas para poder sacar partido del esfuerzo inversor de una manera global. La próxima semana dará a conocer un importante avance en este sentido: el nuevo centro especializado en el desarrollo de los sistemas de movilidad con tecnologías basadas en la electricidad para vehículos híbridos y eléctricos del futuro, ubicado también en Viladecavalls. Se trata del llamado Hub de e-Mobility, unas instalaciones que, según la empresa, son pioneras también en el ámbito internacional. Allí mismo se mostrará un Audi e-tron para el que en estos momentos ya hay lista de espera. Las nuevas tecnologías relacio-

NOVEDAD

El tradicional visor se ha sustituido por un sistema de cámaras y pantallas táctiles

I+D

La compañía prevé invertir en tecnología 500 millones de euros en cuatro años

nadas con los sistemas de ayuda a la conducción, la ayuda a la conectividad y la movilidad eléctrica fueron ya el motor de crecimiento en el 2017, año en que la empresa alcanzó una cifra de negocio de 1.208 millones de euros, un 3,3% más. El grupo que preside Josep Maria Pujol prevé que las ventas de sistemas tecnológicos pasen de los 100 millones del 2017 a 800 millones en cinco o seis años. Para ello, ha programado un plan de inversiones en I+D que alcanza los 500 millones de euros en cuatro años.●

GLORIA MORENO
Barcelona

La gente del centro de Reikiavik empieza a entender a los barceloneses con respecto a Airbnb”, afirma el economista Thorolfur Matthiasson en una entrevista con este diario. A lo que se refiere este reconocido profesor de la Universidad de Islandia es al espectacular crecimiento que ha experimentado en estos últimos años el sector turístico de su país. Una circunstancia que como en muchas otras ciudades del mundo está provocando un repunte importante de los precios en el mercado inmobiliario, especialmente el del alquiler.

La isla recibió casi 2,2 millones de turistas el año pasado, casi cinco veces más que en el 2009. Un crecimiento que, sin lugar a dudas, explica en gran medida la rápida y fuerte recuperación de una nación que hace justo diez años caía en una de las peores crisis económicas de su historia.

Las turbulencias financieras de septiembre del 2008 tuvieron un especial impacto en esta pequeña isla del Atlántico Norte. Su sistema bancario había crecido sin control

El turismo impulsa la isla, que ya supera el PIB previo a la crisis

Islandia se reinventa diez años después del descalabro

en los años anteriores, dando créditos por doquier no sólo en Islandia, sino también en el extranjero. Tanto es así que las tres principales entidades—Kaupthing, Landsbanki y Glitnir—llegaron a tener un valor equivalente a diez veces el PIB del país.

Eso es mucho para cualquier estado. Pero todavía lo es más para uno tan pequeño, de solo 340.000 habitantes, y con una economía tan poco diversificada, que tradicionalmente ha vivido de la pesca y poco más.

Todo esto explica que la caída fuera especialmente aparatosa. La corona se desplomó, el paro y la inflación se dispararon y los tres bancos cayeron en bancarrota.

Todo un contraste con la situación de pleno empleo y expansión económica que atraviesa ahora la



K. Jakobsdóttir, primera ministra

nación. Con un paro del 2,8% y un crecimiento estimado para este año del 2,9%, el PIB per cápita islandés ya es más alto que el que había antes de la crisis.

Mirando hacia atrás, Matthiasson ve dos cosas. Por un lado, buena suerte y, por el otro, buen gobierno que encabeza la primera ministra Katrín Jakobsdóttir. “La parte de suerte se debe a un inesperado flujo de caballa en las aguas islandesas, lo que ha añadido un valor sustancial a las capturas y exportaciones. Y también al incremento del turismo, que tiene que ver con la Primavera Árabe y unos veranos más cálidos en Europa, así como la importante devaluación de la moneda de los años 2008 y 2009”.

Sin embargo, recientemente, la moneda se ha apreciado al tiempo

que la masificación del turismo ha empezado a ejercer demasiada presión en las infraestructuras del país, que no estaban preparadas para acoger semejantes cifras. “Esto hace que estemos un poco preocupados”, señala.

Como maná caído del cielo, todo el mundo ha intentado subirse al carro del turismo. En la capital se están construyendo numerosos hoteles y también se han disparado los precios en los restaurantes, tiendas de souvenirs y baños termales de la isla.

Sin embargo, el sector se está ralentizando. Todo indica que la cifra de visitantes este año ya no será tan alta y que la burbuja se está desinflando.

Lo más seguro es que algunas compañías tendrán que recortar la expansión desorbitada que habían programado. Entre ellas, destacan proyectos hoteleros y las dos principales compañías aéreas del país, WOW y Icelandair. En cualquier caso, Matthiasson descarta que un retroceso del turismo pueda llegar a provocar una crisis tan seria como la del 2008. “Es probable que el sector afloje un 10 o 20%. Pero eso es muy distinto de un derrumbe total”, concluye.●