



“LA EXPORTACIÓN ES CLAVE PARA LOGRAR ESTABILIDAD”

EL PRESIDENTE DE UROVESA, JOSÉ SIERRA, DESTACA LA IMPORTANCIA DE ABRIRSE A MERCADOS INTERNACIONALES

LOS SERVICIOS DEL CLUB

ÁREA DE EMPRESA

El área de empresas constituye el eje principal de actividad del Club Financiero de Santiago (CFS), siendo sus instalaciones el escenario de la mayor parte de los actos que se desarrollan en su interior.

Se trata de una zona diseñada para cubrir las necesidades de las empresas accionistas en materia de espacios para la celebración de reuniones de trabajo. Un área, en definitiva, con las mismas características que un centro de negocios.

Sala de exposiciones

La sala del edificio Quercus tiene capacidad para albergar a 120 personas. Este espacio ha sido especialmente diseñado y acondicionado para la organización de eventos, jornadas formativas, certámenes, proyecciones, etc. Dispone de mobiliario propio que los miembros del CFS podrán colocar y utilizar de la forma más conveniente y adecuada para cada actividad. Además está equipada con los mejores sistemas técnicos.

Con un aparcamiento de 44 plazas y cafetería-restaurante, se configura como el centro de negocios más completo de Santiago.

DÓNDE ESTAMOS



Rúa Letonia, 2
Polígono Costa Vella
15.707
Santiago de Compostela
(A Coruña)

682 874 124
De 9.00 a 14.00 y de 16.30 a 19.30

www.clubfinancierodesantiago.com
info@clubfinancierodesantiago.com

Sala de conferencias

Las instalaciones del CFS cuentan con salas de conferencias, con capacidad desde 20 hasta 140 personas, adaptables y equipadas y con toda la tecnología de última generación.

Las salas de conferencias tienen acceso exclusivo a las terrazas, lo que las define como lugares idóneos, independientes y privados para cualquier acto.

Sala de reuniones

El edificio que alberga el CFS dispone de una serie de salas configurables con capacidad desde 3 hasta 80 personas y equipadas con toda la tecnología de última generación. Las salas de reuniones se acondicionarán según las necesidades del socio, bien sean para conferencias, reuniones o grupos de trabajo.

ÁREA DE RESTAURACIÓN

El Club también cuenta con área de hostelería, con cafetería y restaurante, ofreciendo así a sus socios el marco adecuado para celebrar comidas de trabajo, ya sea en la zona general o en los comedores privados. Estos están a disposición de los socios para un mínimo de 4 personas y un máximo de 25, de lunes a viernes, previa reserva con 24 horas de antelación. El restaurante ofrece a los socios menús de trabajo o a la carta.

ÁREA SOCIAL

El CFS tiene además un área de cuidado personal dirigida a sus socios. El edificio Quercus acoge un gimnasio totalmente equipado. La sala *fitness* está acondicionada con los más modernos.

		A	B	C	D		
	CUOTA	COMEDOR	COMEDOR	SALAS	SALAS	A+C	B+D
	Básica	4 almuerzos/mes	8 almuerzos/mes	2 salas/mes	4 salas/mes		
Accionistas - socio	60 €	90 €	120 €	90 €	120 €	120 €	150 €
2 socios							
1 socios							
Accionistas - no socio		20 € / mesa	60 € / comedor	60 € / sala			
1 solo socio							
Socio - no accionista	120 €	150 €	180 €	150 €	180 €	180 €	210 €
1 solo socio							

Experiencias de empresa

Creo que reírse de las experiencias propias es sano. Pero si además es de un “sueño tecnológico hecho realidad”, que te enseña y te hace vivir la vida de otra manera, incluso te hace sentir más feliz.

Transcurría una mañana de septiembre de 2014 cuando un servidor, del que dicen tengo algo de experiencia en sectores tecnológicos, recibió un mensaje de una maravillosa mujer joven, luchadora a tope (más de seis años luchando contra el cáncer), que entre otras cosas me recordaba que su marido había trabajado conmigo en un “sueño tecnológico” que se me ocurrió, y tuve la suerte de compartir con otras dos personas y hacerlo suyo también.

El “sueño tecnológico” se produjo gracias al esfuerzo de cuatro personas entre 1997 y 1998. Dirán ustedes ¿y qué tiene que ver eso con la crisis? Sigán leyendo.

Entonces casi nadie de nuestro mundo particular había oído hablar de las pantallas táctiles. Nosotros tampoco. Pero su marido descubrió que en EE.UU. se empezaba hablar de esa maravilla. Decidimos hacerlos con una que, pegada al escaparate de un comercio y conectada a nuestro programa, era capaz de convertirse en una pantalla que daba información de localizaciones de monumentos o restaurantes tan sólo con tocarla. Era un instrumento ideal para promocionar una ciudad como Santiago.

El “sueño” que hicimos realidad

se podría catalogar como una tontería tecnológica como otra cualquiera de las que ahora abundan. ¿Y qué pasó con ese sueño hecho realidad? Sencillo, nos lo pagaron - creíamos que muy bien -, se quedaron con los derechos y nunca más supimos de él.

Más tarde la tecnología lo mejoró y fin de la historia. Conclusión: si eres



José Manuel García Cánovas
ACCIONISTA CFS
CONSEJERO DELEGADO DE AUDICON

emprendedor, no tienes sentidíño y no estás suficientemente formado recuerda que los “sueños” (tecnológicos o no) se roban, en los cuentos y en la vida real.

Después de esa maravillosa experiencia, pasados unos años, pude compartir otro “sueño tecnológico” con personas diferentes. Corría 2007 cuando lo empezamos y el 2009 cuando lo terminamos, es decir, en mitad de las crisis que vivimos actualmente, la económica y la de valores. El equipo estaba formado también por cuatro personas. Tres muy jóvenes, y yo, el cuarto, superando la cincuentena.

Este nuevo “sueño tecnológico” llegó a ser valorado por una de las multinacionales más grandes del mundo como único, después de haberlo testado más de seiscientos profesionales de esa compañía. Consistía en un software capaz

de gestionar otros software, medir los tiempos de utilización, localizar programas y páginas de uso. Todo a un precio muy asequible. Imaginen que con esa aplicación se pudiera, entre otras muchas cosas, avisar a los padres de que su hijo ha entrado en páginas de internet denominadas “peligrosas” y que, una vez detectado, se les avise al móvil

para que tomen las medidas pertinentes, tema muy actual por desgracia.

¿Y qué pasó con ese sueño hecho realidad? Sencillo: nos lo pagaron - creíamos que muy bien, lo publicitaron sin darnos tiempo a reaccionar y fue tanta la demanda que el proyecto se acabó porque no estábamos preparados para atender el mercado.

A finales de 2013 tuve la suerte de que una persona me quiso “contar su sueño tecnológico” porque le habían dicho que yo sabía del sector. Entonces, le recordé estas pequeñas anécdotas de mis “sueños tecnológicos” para que no pensara en ningún momento que debía

confiar en mí. Me equivoqué porque “su sueño lo hizo mío” y, curiosamente, lo compartió con otras dos personas más. Volvimos a ser otra vez cuatro.

Después de un pequeño periodo de crecimiento, he-

mos pasado de ser apenas 30 personas a más de 120. Para que este sueño no lo roben, como pasa en los cuentos y en mis experiencias de la vida real, estamos intentando compartirlo con todos y cada uno de los que participan en el proyecto.

El otro día invité a comer a unos poquitos de esos 120, el presupuesto no da para más. Les di las gracias por dejarme realizar mi trabajo, poder disfrutar tanto y les recomendé que hagan “de nuestro sueño, su sueño”. También les dije que deben leer a Steve Jobs, y no hacer caso cuando dicen que dijo: “Si tú no trabajas por tus sueños, alguien te contratará para que trabajes por los suyos”.

Esa frase la cambio por otra: Si tú no trabajas por tus sueños, intenta acercarte a alguien que tenga un sueño para compartir y trabaja para que ese sueño se haga tuyo en la realidad. Disfrutarás tanto que serás feliz.

Si no tienes un sueño, esfuérzate en acercarte a alguien que sí lo tenga

Hay que ser cuidadoso con las ideas y proyectos de negocio

JOSÉ SIERRA FERNÁNDEZ | PRESIDENTE DE UROVESA

“Para Urovesa resulta esencial ser proveedora de Defensa”

Urovesa tiene a sus espaldas 33 años de trayectoria empresarial. Especializada en la fabricación de vehículos especiales, la empresa se ha convertido en líder nacional del sector y constituye una referencia a nivel mundial en el ámbito de los fabricantes de vehículos especializados para usos todoterreno. José Sierra Fernández, ingeniero industrial de formación, es el fundador y artífice del éxito de esta empresa compostelana, que facturó 36 millones de euros en el último año.

— Desde su creación en 1981, Urovesa ha tenido un crecimiento firme y constante, ¿en qué se fundamenta el éxito de su evolución?

— Durante 1982 desarrollamos el primer vehículo y la producción se inició en 1983. Esto fue posible gracias a un grupo de personas muy integrado y comprometido con el proyecto. Aplicamos nuestros conocimientos técnicos, marcamos unos objetivos claros, definimos el mercado potencial, empleamos nuestro instinto y asumimos los riesgos que conllevaba el proyecto. Se logró un crecimiento regular y sostenido procurando asentar el futuro con bases sólidas, tanto económicas como de principios éticos con los clientes, proveedores y entidades oficiales. Todo ello con mucho rigor, mucho trabajo y muchos sacrificios, generando confianzas estables y teniendo claro que las palabras “éxito” y “suerte” sólo van delante de la palabra “trabajo” en el diccionario. En 1984 ganamos el primer concurso quinquenal con el Ministerio de Defensa, en competencia con marcas de primer orden mundial, accediendo a un mercado que hoy día mantenemos, tras haber ganado de manera

— “La exportación supone un 60% de nuestra facturación y se distribuye en cuatro continentes”

— “La inversión en I+D es imprescindible para poder competir a nivel mundial”

sucesiva concursos posteriores.

— ¿Cuál es la estrategia de diferenciación frente a sus competidores?

— Uno de los objetivos básicos de Urovesa es la orientación a nichos de mercados especiales con vehículos todoterreno de alta movilidad y con características específicas para cada necesidad. Esto marca la gran diferencia con los vehículos convencionales fabricados en grandes series.

— ¿Podemos afirmar que el modelo VAMTAC es la joya de la corona de la compañía?

— Urovesa comenzó fabricando camiones todoterreno. Actualmente, sin embargo, el Vehículo de Alta Movilidad Táctica (VAMTAC) es el producto más demandado por sus capacidades de adaptación a cualquier necesidad del usuario y supone más de un 60% de la facturación de la empresa.

— La apertura a mercados internacionales, ¿ha sido clave para superar

las adversidades económicas de los últimos años?

— Sí, ha sido fundamental. Una vez asentados en el mercado español, en 1989 comenzamos nuestras acciones comerciales en el extranjero y logramos la primera exportación en 1992. A partir de ese momento la presencia internacional ha crecido regularmente y hoy estamos presentes en más de 25 países. La exportación supone actualmente un 60% de nuestra facturación y, al estar distribuida en cuatro continentes, aporta una gran estabilidad a la empresa ante las circunstancias adversas de los mercados de España y Europa. Todo ello se ha conseguido con estrategias sólidas, pasos cortos y seguros, sin precipitaciones y procurando ofrecer mejores productos y servicios que nuestros competidores.

— ¿Qué papel juega la inversión en I+D dentro de su actividad?

— La I+D+i es esencial en la filosofía de empresa de Urovesa y hemos invertido en ella de forma muy importante y constante a lo largo de todos estos años, por dos motivos: por espíritu de superación y mejora empresarial, y para hacer frente a una importante competitividad a nivel mundial. Estamos desarrollando de forma permanente innovaciones y mejoras, tanto por iniciativa propia como atendiendo a demandas específicas de nuestros clientes. Cabe citar que del modelo básico, “VAMTAC”, tenemos actualmente en todo el mundo más de cincuenta versiones/aplicaciones. Todas estas variantes son el resultado de una labor de I+D+i constante. Un ejemplo reciente son los vehículos VAMTAC blindados con diferentes niveles de



Urovesa, con sede en el Polígono del Tambre, cuenta con 150 empleados en plantilla

protección (que han resultado elegidos en el último concurso del Ministerio de Defensa), fruto de un proyecto de I+D desarrollado durante más de tres años.

— ¿Qué supone para la empresa el último contrato firmando con el Mi-

nisterio de Defensa para el suministro de 100 vehículos?

— Los contratos que hemos firmado durante 2014 con el Ministerio de Defensa se derivan de un contrato marco, adjudicado en 2013, para el suministro de vehículos de alta movilidad durante cuatro años a las Fuerzas

Armadas Españolas.

Este contrato marco tiene para nuestra empresa tres consecuencias muy positivas: una gran estabilidad en la producción y facturación, un incremento de nuestra visibilidad nacional e internacional, y el acceso a nuevos clientes y mercados.

Para Urovesa resulta esencial ser proveedora del Ministerio de manera continuada, y haberlo conseguido durante todos estos años es para nosotros una gran satisfacción.

— ¿En qué punto se encuentra la nueva fábrica de Valga? ¿Cuándo se producirá el traslado de las líneas de producción y cuántos empleos nuevos se generarán?

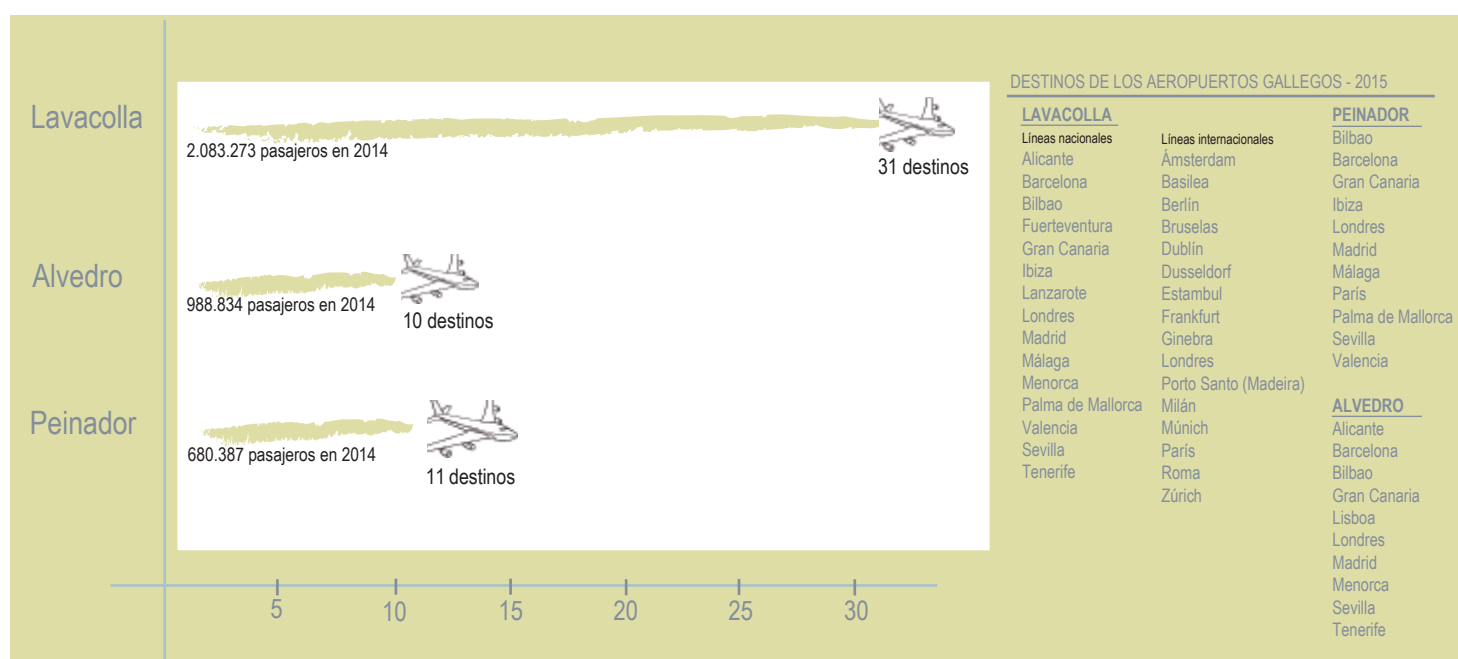
— Estimamos que esté totalmente operativa en este primer trimestre de 2015. Estas nuevas instalaciones nos permitirán triplicar nuestra capacidad de producción. El nivel de empleo dependerá de la carga de trabajo, más que de las instalaciones.

— En la fase de producción, ¿apuestan por proveedores con sede en Galicia?

— Nos gustaría poder disponer de un mayor tejido industrial en Galicia, similar al de otras regiones de España y al de otros países europeos, a los que tenemos que recurrir con más frecuencia de la deseada. Dicho lo anterior, siempre hemos apostado por proveedores de Galicia que, por su parte, respondan a los requisitos técnicos, legales y de compromiso necesarios para satisfacer las exigencias de nuestros clientes.

— Mantienen colaboración con Aimen y el CTAG, ¿en qué se basa esa cooperación con estos dos centros tecnológicos?

— Dentro de la relación y colaboración con empresas externas, la presencia próxima de AIMEN y el CTAG nos aporta un valor de vital importancia, al tratarse de centros altamente capacitados tecnológicamente. Numerosos estudios, ensayos, validaciones y certificaciones de Uro son realizados con regularidad por ellos.



EL MAPA AEROPORTUARIO

A finales de 2014, las compañías aéreas fueron presentando las rutas previstas para el nuevo año en los tres aeropuertos gallegos. En el actual mapa aeroportuario, Lavacolla centraliza la oferta internacional de la comunidad, incorporando nuevos destinos exteriores que refuerzan el papel del aeropuerto compostelano en la captación de tráfico de pasajeros internacionales. Esto implica que la capital gallega se convierta en foco de recepción turística de los viajeros extranjeros, además de centralizar el mercado autonómico como punto de origen de salidas.

Las compañías aéreas han manifestado su apuesta por Lavacolla. Easy Jet anunció su vuelo directo a Roma para el 2015. A ello se suman las nuevas rutas publicitadas por Vueling: Berlín, Múnich y Düsseldorf. Todas ellas comenzarán a operar a partir del próximo verano 2015 con un avión Airbus A320, con capacidad para 180 pasajeros. Estas nuevas conexiones entre Santiago y las tres ciudades germanas permitirán, además, potenciar una alternativa al tradicional turismo de sol y playa, gracias al conjunto monumental, el entorno rural y la gastronomía tradicional de la capital gallega.

En una reunión mantenida con el al-

calde de la ciudad, Agustín Hernández, el director de estrategia de Vueling, Fernando Estela, le trasladó su "apuesta" por Lavacolla como "destino prioritario" en Galicia y su satisfacción por los buenos resultados de sus enlaces con la capital gallega. Según el directivo de la compañía, Vueling está "satisfecha" con el crecimiento experimentado en sus enlaces con Santiago, con "más de 120.000 pasajeros", y coincide en la elección de Lavacolla como "aeropuerto principal para los vuelos internacionales" en la comunidad gallega.

Al compromiso de Vueling y EasyJet con Lavacolla, se suma Ryanair. Además de un incremento del 45 % en sus servicios en Lavacolla, la compañía irlandesa ha ofrecido el establecimiento de una base fija de operaciones que sería la primera en el norte de España y supondría un salto cualitativo en la proyección internacional del aeropuerto de Santiago. Hernández abordará el asunto con la *low-cost* durante la celebración de Fitur en Madrid.

El aeropuerto de Lavacolla registró en el último año un total de 2.083.873

pasajeros. La terminal compostelana sumó 449.231 viajeros en las trece conexiones internacionales directas operativas en 2014. Esta cifra supone un nuevo máximo histórico en el tráfico internacional del aeropuerto, con un aumento de 100.000 viajeros respecto al año 2013. Este incremento en la llegada de visitantes radica en la inclusión de tres nuevas conexiones (Bruselas, Ámsterdam y Roma) y el buen comportamiento de las demás, siendo las rutas a Ginebra y a Londres las de mejor funcionamiento (72.733 y 68.645 pasajeros, respectivamente).

En cuanto a las conexiones nacionales proyectadas para el 2015, no se prevé un aumento de líneas. De esto modo, las rutas a Madrid y Barcelona seguirán sin ajustarse a la demanda real existente, ya que en estos momentos la oferta es claramente insuficiente para los viajeros de negocios.

A Coruña y Vigo

Por su parte, las rutas nacionales lideran el aumento del número de pasajeros en los aeropuertos de Alvedro y de Peinador, al incorporar enlaces de temporada estival con las Islas Canarias,

(pasa a la página siguiente)

Lavacolla centraliza la oferta internacional de vuelos en Galicia

Baleares y el sur español.

Air Nostrum abrirá en Vigo durante el período veraniego los enlaces con Londres, Málaga, Sevilla y Gran Canaria, dentro del convenio de promoción turística del Concello, mientras que Volotea mantendrá las rutas estivales a Ibiza, Palma de Mallorca y Valencia.

El aeropuerto olívico consiguió cerrar un año en positivo. La terminal viguesa concluyó el 2014 con 630.787 usuarios, lo que supone un incremento del 0,2%, situándose por debajo del crecimiento logrado por Lavacolla (0,5%) y Alvedro (17%). El aeródromo de A Coruña, según datos presentados por Aena, fue el que más aumentó su tráfico en 2014. Así, un total de 988.834 personas volaron el año pasado desde Alvedro. Madrid, Bilbao y los destinos de las Islas Canarias (Gran Canaria y Tenerife) se

consolidaron como los principales motores del aumento del número de viajeros en Alvedro.

La convivencia de tres terminales

Galicia cuenta con tres aeropuertos, Vigo, Santiago y A Coruña, que se encuentran situados muy próximos entre ellos, los más alejados entre sí, A Coruña y Vigo, distan 150 kilómetros. Además, en los últimos años el aeropuerto de Sá Carneiro, en Oporto, está ejerciendo una gran competencia frente a la oferta gallega. En 2014 batió su récord con 7 millones de viajeros, convirtiéndose en referencia para los pasajeros del no-

roeste peninsular a la hora de planificar sus vuelos.

En este contexto, tal y como ya manifestó la directiva del CFS, la idea de mantener tres aeropuertos –dos de ellos en una misma provincia y a menos de 60 kilómetros de autopista- con vuelos que sólo pueden funcionar subvencionados y al margen del mercado “es, además de absurda, el paradigma de una comunidad que se engaña a sí misma y está dispuesta a derrochar

ingentes sumas de dinero público en aras de un localismo que nos desangra”. Actualmente sólo sobreviven los aeropuertos que ofrecen vuelos directos, frecuencias abundantes y enlaces cómodos.

El CFS ya censuró la pugna localista por lastrar los intereses generales

LA OPINIÓN DE LOS ACCIONISTAS

El Gobierno autonómico y los principales expertos coinciden en señalar que Galicia se encuentra en la senda de la recuperación económica. Según las previsiones del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, el 2015 será el “año del despegue definitivo de la economía”.

Es por esto por lo que es de interés conocer la opinión de los accionistas que conforman el CFS sobre las previsiones en materia económica.

Para Juan Luis Castro, presidente de Castrosúa, empresa líder en la fabricación de carrocerías de autobuses, la recuperación económica en Galicia se retrasará con respecto al resto del país. Así, señala que “Galicia siempre tiene un efecto retardo en la afectación de los fenómenos económicos. Entramos más tarde en la crisis y, por lo tanto, nos toca salir de últimos. No obstante, los indicadores macro son claramente mejores en este último año que en los años anteriores. Ahora toca que estos indicadores empiecen a afectar a los micro, es decir, que lleguen a la empresa y al consumidor, con el fin de reactivar el

consumo”.

Sobre las principales dificultades con las que se encuentran los empresarios gallegos a diario, Juan Luis Castro considera que uno de los mayores problemas radica en la “calidad directiva del primer nivel de dirección”. De este modo, apunta que “el empresariado gallego tiene grandes visionarios pero poco diseño profesional de sus estructuras directivas”. Castro añade además que el empresariado “tiene un problema de dimensión que le dificulta la competitividad, a lo que se suma la dificultad en el acceso a la financiación y el bajo nivel tecnológico que perjudica la competitividad”.

Acerca de las cuestiones locales que afectan al progreso de Santiago, el presidente de Castrosúa cree que el crecimiento de la ciudad debe basarse en el sector industrial y en el turismo. “Santiago, como ciudad de interés cultural, tiene que explotar más el sector turístico, apoyado en una explotación de calidad del Camino de Santiago, intentando elevar el nivel de los visitantes a través de una mejora en el valor de la



Juan Luis Castro
Presidente de
Castrosúa

propuesta y en el nivel cultural/histórico de la ciudad, complementado con los alrededores geográficos. Así como en su gastronomía”, indica.

En cuanto al sector industrial, Castro considera que “debería apoyarse en las empresas que son referencia en la ciudad y comarca, participando en proyectos con implicación administración/universidad /empresa. En este sentido, manifiesta que Galicia debería desarrollar un plan estratégico para consolidar el crecimiento de la economía regional. “Es imprescindible transmitir a los mercados de fuera de Galicia (resto de España e internacional), cuáles son los sectores en los que Galicia es diferente, a través de ventajas competitivas claras”, sentenció.



Itelsis, con sede en el polígono del Tambre, cuenta con 82 empleados y tuvo una facturación media de 8 M€ en los últimos 5 años

EMPRESAS DE ÉXITO | ITELSIS GROUP

A la vanguardia de las TIC

Itelsis Group comenzó su andadura en el sector de las TIC en 1989, año en el que se creó la sociedad con el objetivo de atender las necesidades del mercado de las telecomunicaciones profesionales mediante el desarrollo, fabricación y el diseño de sus propios sistemas. Por aquel entonces, su actividad inicial se centró en el diseño e instalación de equipos para la difusión de TV, coincidiendo con el despliegue de las cadenas privadas de ámbito nacional y de los canales autonómicos.

Desde entonces, la empresa no ha dejado de trabajar en distintos proyectos que le han proporcionado un reconocido prestigio en el sector y una amplia experiencia en distintas áreas, que abarcan desde la participación como socio fundador del grupo de empresas que lideraron el despliegue del 2º operador global de telecomunicaciones de ámbito nacional, hasta la participación en proyectos internacionales en América Latina, Australia, China, Marruecos, etc.

Fruto de toda la experiencia acumulada y de la inversión en I+D+i, Itelsis volvió a jugar un papel vital en el despliegue de la TDT, suministrando más de 4.500 equipos a clientes distribuidos por todo el mundo.

Diversificación de negocio

A finales del 2011, continuando con el desarrollo de su Plan Estratégico 2011-2014 y para reforzar su presencia en el mercado, la compañía adquirió participaciones en varias empresas del sector. Así, actualmente, Itelsis Group está formado por cuatro firmas (Itelsis, Silenus, Proinfo y Smart Green Labs) que, si bien, pertenecen al hipersector de las TIC, actúan en diferentes áreas de negocio: fabricación y comercialización de equipamiento en el sector de las TIC, consultoría y prestación de servicios profesionales tecnológicos de información, mantenimiento de redes de telecomunicaciones, y desarrollo de aplicaciones y soluciones TIC para el sector energético y medioambiental.

Actualmente la compañía trabaja en multitud de proyectos, tanto en el ámbito del desarrollo de soluciones tecnológicas como en el despliegue de redes de telecomunicaciones. Entre los principales proyectos cabe destacar el "Dividendo Digital" para realizar cambios de frecuencia en la práctica totalidad de los equipamientos de televisión instalados, y el despliegue de fibra óptica al hogar para los principales operadores de telecomunicaciones. Además, Itelsis acaba de constituir dos UTEs para el desarrollo de dos proyectos de compra pública innovadora en Galicia. El primero de ellos, en el marco del proyecto A-tempo de la Universidad de A Coruña para el desarrollo de un sistema inmersivo para asistencia remota al mantenimiento en instalaciones *offshore*. El segundo está vinculado a la *Smart City* de A Coruña y consiste en un contrato mixto de servicios y suministro para el desarrollo, soporte y mantenimiento de un sistema de optimización del tráfico en tiempo real, integrado en la plataforma *Smart City*.