



El secretario técnico, Fernando Beltrán; la consejera Pilar Alegría; Felix Grimm, de Clariant, y M^a Jesús Sáenz, del ZLC.

Clariant se nutrirá de más expertos en logística del ZLC

ZARAGOZA. El Zaragoza Logistics Center (ZLC) exporta talento desde Zaragoza a empresas de todo el mundo como la multinacional química Clariant, que ha contratado desde 2011 a ocho estudiantes del máster de logística en inglés, ZLOG (Master of Engineering in Logistics and Supply Chain Management) del centro de investigación en gestión de la cadena de suministro promovido por el Gobierno de Aragón y el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

Clariant, con sede en Suiza, era solo «socio académico» y se convirtió desde ayer en el primer «socio corporativo». Esto supone que tendrá «acceso prioritario a la contratación de estudiantes, formación ejecutiva para sus empleados y un servicio de asesoría para identificar dentro de la propia empresa a aquellas personas óptimas para formarse en este área», indi-

caron desde el ZLC, que ha trabajado con 31 empresas. Este es el máximo nivel de colaboración y se mantienen las figuras de socio académico y de investigación. «Se hace una apuesta decidida por el talento», destacó la consejera de Innovación, Pilar Alegría.

Por su parte, Felix Grimm, jefe de excelencia operativa de Clariant, dijo que para ellos la logística «es esencial» y alabó el nivel del centro. En 2011 contrataron a Gustavo Rodríguez, un alumno colombiano del máster. «Te dan muchas herramientas para aplicar en el día a día de la empresa», aseguró Rodríguez sobre el curso. Ahora es responsable de cadena de suministro en Europa, Medio Oriente y África de la multinacional.

Para María Jesús Sáenz, directora del ZLC, el acuerdo prueba «la capacidad de Aragón en impactar a nivel global en el ámbito de la logística».

B. A.

La UE da 10 días a Volkswagen para aclarar la dimensión del engaño de las emisiones

● Arias Cañete exige al fabricante que aclare ya cuáles son los modelos afectados y no cierra la puerta a imponer multas

MADRID. El cerco se estrecha sobre el Grupo Volkswagen, aunque por ahora solo sea de manera formal, tras admitir que mintió en torno a la contaminación de parte de sus vehículos. El comisario europeo de Acción por el Clima y Energía, Miguel Arias Cañete, ha impuesto un ultimatum al fabricante alemán al exigirle que determine la amplitud del engaño sobre sus emisiones de dióxido de carbono antes de que finalice la próxima semana. En concreto, la Unión Europea quiere que la firma determine cuáles son los modelos afectados por estas nuevas irregularidades que el consorcio reconoció el 3 de noviembre.

Arias Cañete ha emplazado al presidente de Volkswagen, Matthias Müller, a través de una carta, a presentar la documentación solicitada por la Comisión Europea en un plazo máximo de 10 días para poder acelerar el «procedimiento de investigación». Porque aunque desde la Comisión aún no se quiere hablar de sanciones, su portavoz sí indicó que cuando se actualicen las cifras, se tomarán las decisiones que correspondan.

No es la primera vez que la UE impondría una multa. El gobierno comunitario publica cada año la lista de resultados de las emisiones de todos los constructores de

LA CIFRA

50.000

Vendidos en España. Según la firma, esta es la cifra de coches de gasolina afectados.

SUPERVISIÓN

Nuevas reglas. Los 28 Estados dieron ayer luz verde al primer paquete de normas para poner en marcha los test que midan emisiones de gases contaminantes en condiciones reales de conducción a partir de enero, además de las pruebas que se venían realizando en circuitos cerrados. Pero solo se aplicará como una función de supervisión.

automóviles y evalúa si son conformes a los objetivos fijados en materia de CO₂. De hecho, en 2013, tanto Autovoz como Ferrari fueron multados con un millón y 20.000 euros, respectivamente, por superar las exigencias medioambientales de la Unión. Si un coche emite un gramo más de CO₂ por kilómetro recorrido con respecto a los límites fijados, se le sancionaría con cinco euros; si su-

pera en dos gramos la normativa, con 15 euros; si son tres gramos, 25 euros; y de cuatro gramos para arriba, con 95 euros.

La UE aún no tiene capacidad de reacción porque, hasta ahora, Volkswagen solo ha reconocido que habría 800.000 unidades con mayores emisiones contaminantes de lo que indican las fichas técnicas. Pero no ha aclarado qué parte se refieren a emisiones de CO₂, es decir, coches de gasolina; y cuáles de óxido de nitrógeno –modelos diésel–. Lo que sí ha aclarado el grupo es que serían 50.000 los coches de gasolina afectados vendidos en España. Esta manipulación se une a los 9,5 millones de coches cuyo programa informático fue manipulado para superar las pruebas de laboratorio de los vehículos frente a las emisiones que desprendían en su uso diario.

Mientras, la compañía sigue recibiendo notificaciones judiciales por el fraude de sus motores. Ayer, el juez de la Audiencia Nacional, Ismael Moreno, comunicó oficialmente la imputación al grupo alemán tras la investigación abierta por las denuncias de varias organizaciones. El magistrado sigue a la espera de que Industria le remita toda la información necesaria para aclarar el fraude, e iniciar, si procede, la instrucción del caso.

JOSÉ M. CAMARERO

La CNMV exige que la publicidad de los fondos «no sea engañosa»

El regulador alerta sobre los continuos reclamos de rentabilidades que no se consiguen hoy y reclama información clara

MADRID. En una etapa de tipos de interés en mínimos históricos y con una bolsa que no termina de despegar –el Ibex-35 apenas acumula una subida del 0,5% a falta de un mes y medio para que finalice el año–, los reclamos publicitarios para obtener una rentabilidad apetitosa acechan a los pequeños inversores. Pero puede haber trampa. O, al menos, falta de información. Así lo ha advertido la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) al detectar «algunas prácticas que deben modificarse» entre las gestoras de fondos de inversión a la hora de comercializar sus productos en internet a través de las campañas de promoción que realizan. El regulador ha vuelto a in-

dicar que toda esta información «no debe omitir ningún dato relevante, ni inducir a errores». Y recuerda que la publicidad tiene que ser «clara, suficiente objetiva y no engañosa».

Las miradas de la CNMV se dirigen a los portales tanto de las entidades gestoras como a las comercializadoras. Lo hace después de que el Observatorio Inverco certificara que el grado de conocimiento de los inversores sobre los fondos está, de media, en el 2,5 en una escala de cinco puntos, muy por detrás de los planes de pensiones (2,9) o los depósitos (3,2). Después de analizar las páginas web de las gestoras, denuncia hasta siete prácticas que las entidades deben reconducir.

La mayor parte de esas recomendaciones se refieren a la utilización que realizan las firmas de inversión sobre las ganancias que pueden aportar sus productos. Por ejemplo, el regulador alerta sobre entidades que incluyen da-

tos de rentabilidades históricas obtenidas por un fondo antes de un cambio sustancial de su política de inversión, una política de comunicación errónea al no tener en cuenta que esa nueva estrategia modifica la trayectoria del producto y sus datos. También destacan otras empresas que ofrecen datos insuficientes al difundir revalorizaciones solo del último año, cuando lo correcto serían, al menos, cinco años atrás.

La CNMV advierte asimismo sobre páginas web que «destacan los elementos positivos» de un fondo pero no «los riesgos asociados» a esa inversión. O gestoras que incluyen en sus portales «comentarios ampliamente destacados que pueden considerarse engañosos», como aquellos que presuponen que invertir en un producto determinado no tiene riesgos o que con un fondo concreto se obtienen más beneficios que con otros activos.

J. M. C.

eurogan®

Equipamiento Ganadero

Porcino

Avícola

Otras especies

Fábricas de pienso

Llave en mano

Separación purines

Financiación a su medida

976 180 250

www.eurogan.com