

Revista mensual | 2 de mayo de 2022 | Nº83

Catalunya

elEconomista.es

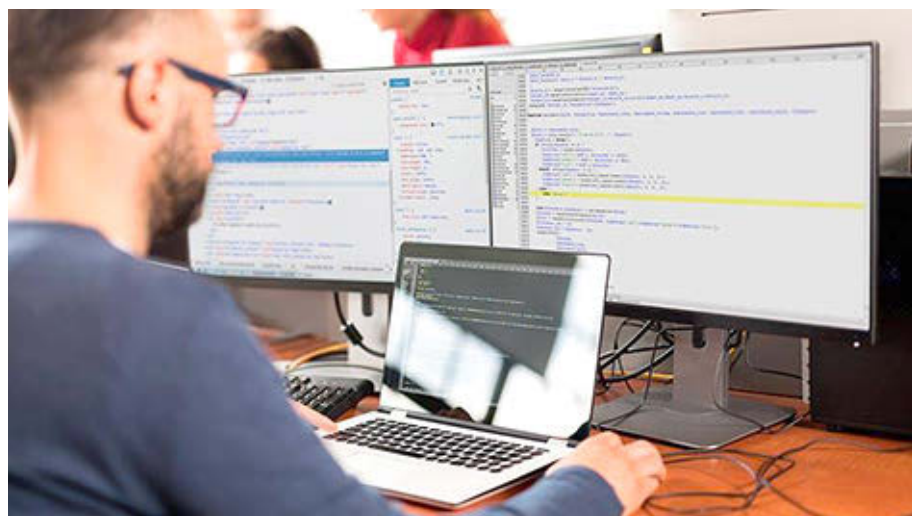
BARCELONA SE ERIGE COMO CIUDAD DE MODA PARA LA NUEVA OFERTA FORMATIVA

Empresas nacionales e internacionales
apuestan por la ciudad y el talento catalán.

IMPACTO SOCIAL

**LA SINIESTRALIDAD
LABORAL VUELVE A SUBIR
TRAS LA PANDEMIA**





A fondo | P6

Barcelona gana atractivo como polo de formación de talento

La demanda de espacio para dedicar tanto a formación presencial como *online* se disparó en 2021 tras varios años manteniéndose plano y sin sobresaltos.



Entrevista | P12

Granini lanza novedades para seguir creciendo en España

Desde nuevas marcas y variedades de zumo a venta *online* directa al consumidor, apostando por digitalización, innovación y sostenibilidad.

El pulso del mercado | P5

Un mal final de mes no empaña el resultado final en el Ibex

Abril empezó con una tendencia alcista sostenida hasta que, a mediados de mes, cayó estrepitosamente para cerrar el mes ligeramente por encima de como lo arrancó.

La crónica del BME Growth | P16

Las nuevas incorporaciones acaban abril en verde

Tanto Enerside Energy como Vytrus Biotech, que dobló sus ingresos en 2021, cierran su primer mes completo en el BME Growth con subidas.



Ronda de financiación | P24

Cafler cierra una ronda de financiación de cinco millones de euros

Esta compañía de servicios bajo demanda para el coche ya está presente en más de 30 ciudades, además de en París y Londres.



Éxito empresarial | P30

Nuclio creará entre tres y cuatro empresas este año 2022

Su *managing partner* expone las particularidades de su modelo de ecosistema, su apuesta por los videojuegos y sus planes para 2022.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña.

Vicepresidente: Clemente González Soler. Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Directora de elEconomista Catalunya: Estela López Diseño: Pedro Vicente y Elena Herrera

Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega Tratamiento de imagen: Dani Arroyo Redacción: Alex Soler



Ofrecer herramientas para evitar la fuga de talento

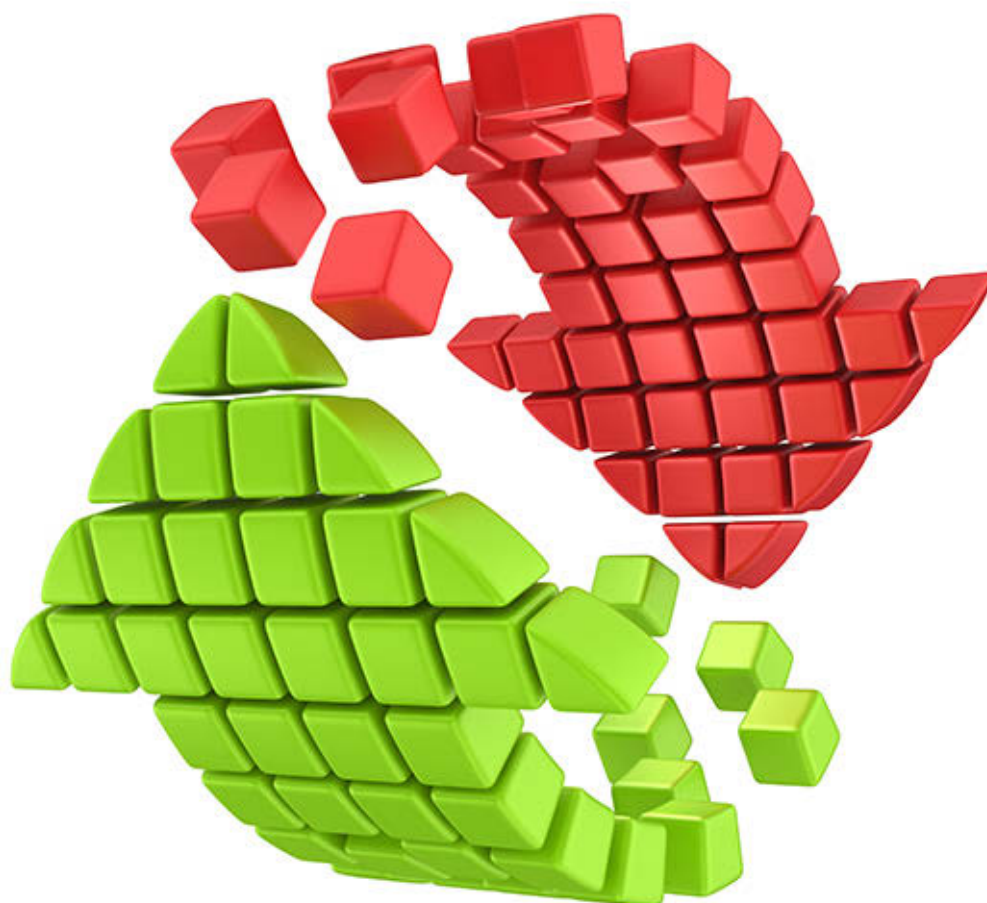
A veces parece que todo lo de fuera es mejor y optamos, de forma a veces inconsciente, por productos extranjeros. Esto ocurre a todos los niveles, desde la compra de comestibles hasta la elección de la universidad o de la empresa en la que queremos trabajar. Muchos sueñan con volar hacia universidades de renombre en el Reino Unido y Estados Unidos o con trabajar en las tecnológicas de Palo Alto o las automovilísticas japonesas. BMW, Mercedes-Benz o Toyota, por ejemplo, son polos atractores de talento internacional. Pero, ¿por qué no soñar con estudiar en Barcelona? ¿Por qué no querer trabajar en Seat/Cupra? La respuesta es fácil: no se dedica lo suficiente a crear planes de formación y ocupación adecuados para el talento local.

Porque sí, atraer talento internacional a Barcelona es un aspecto clave para que la ciudad continúe siendo uno de los centros europeos de innovación y de las urbes que más *startup* de éxito crean. Nombres hay muchos, pero el mejor ejemplo es Wallbox, una compañía catalana que se ha convertido en multinacional de éxito y referencia en su sector en solo siete años. Enric Asunción y Eduard Castañeda fabricaron su primer cargador en 2015 y pasarán a fabricar millones de cargadores este año entre las cuatro plantas con las que contarán a finales de 2022, incluidas las nuevas de Barcelona y Austin, Estados Unidos.

■
Muchos sectores
se transformarán en
el futuro y brindarán
oportunidades al talento
joven bien formado
■

Wallbox es una de las empresas que atrae talento internacional, pero también supone una oportunidad para que ingenieros catalanes consigan un empleo en una de las compañías con mayor proyección internacional. Con dos plantas en Barcelona, en la Zona Franca y Sant Andreu, y su sede en la ciudad condal, aspira a facturar 1.000 millones de euros en 2025 liderando el sector de la carga doméstica y pública para automóviles. Por brindarles la oportunidad de formar parte de este increíble viaje, las administraciones deben invertir en formación y complementar una oferta que no deja de crecer en Barcelona y Catalunya a través de compañías que no solo ven el atractivo del tiempo y el *networking* de la región y la ciudad, sino también la capacidad de los jóvenes españoles para llevar las riendas de los proyectos del futuro.

Delante de los micrófonos todo es idílico, con una oferta de formación profesional que no dejará de crecer, una formación universitaria, en palabras de Pere Aragonès, "buenísima", pero lo cierto es que el CFPA de Martorell, un increíble centro de formación profesional orientado a la formación dual para profesionales del sector del automóvil se ha pasado siete años parado, impidiendo que 1.200 alumnos anuales se formen en uno de los sectores que más se transformará en el futuro y que más ventanas de oportunidad dará al talento joven. Queremos que los catalanes tomen las riendas del futuro, o dejaremos que se vayan para que llegue talento de otros países.



Suben

Bajan

Acció identifica 2.000 empresas 'campeonas ocultas' catalanas

Acció ha identificado 2.000 empresas catalanas como *campeonas ocultas*. Este concepto hace referencia a compañías líderes en nichos de mercado muy especializados, de alcance internacional y con una clara orientación de empresa a empresa (B2B). Esta actuación se enmarca en el proyecto europeo Drive INML, que tiene el objetivo de identificar sus puntos flacos para paliarlos.

Patron Capital invertirá 200 millones en 'coliving'

El fondo inmobiliario británico Patron Capital, con oficina en Barcelona desde 2004, ha comprado a 3 Capital Real Estate la mayoría de la catalana Vanguard Student Housing, que gestiona pisos de *coliving* para estudiantes y jóvenes profesionales y prevé invertir 200 millones en España en este segmento hasta 2023. Durante los últimos años ha comprado ocho edificios para dedicar a *coliving*.

La Generalitat hará fijos 59.000 trabajadores para recibir ayudas

La Generalitat de Catalunya acometerá el mayor proceso de reducción de temporalidad de la historia para cumplir con los objetivos marcados por Bruselas para recibir los fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, que supondrá convertir en indefinidos 59.000 puestos de trabajo temporales. El objetivo es que estas plazas se cubran con trabajadores públicos que tienen trabajo temporal.

Seat recorta sus ventas un 27,2% el primer trimestre del año

Las marcas Seat y Cupra, propiedad del Grupo Volkswagen, cerraron el primer trimestre del año con un total de 91.400 unidades comercializadas, lo que supone un 27,2% menos en comparación con el mismo período del ejercicio anterior. Según explicó la compañía, esto se debe a la "escasez global de semiconductores que afecta a la totalidad de la industria del automóvil".

El alza de la luz fulminará el superávit comercial este año

El encarecimiento de la energía fulminará este año el superávit de la balanza por cuenta corriente española, según CaixaBank Research, retrocediendo a unos niveles que no se veían desde hacía una década. El servicio de estudios del banco augura que este año el superávit de la balanza comercial se situará en el 0,1% del PIB, desde el 0,9% de 2021, el 0,8% de 2020 y el 2,1% de 2019.

El 'Govern' sube el impuesto a las nucleares un 33%

El Govern anunció en abril un plan de 120 millones para afrontar los efectos locales de la Guerra de Ucrania, en cuyas medidas se incluyen cambios en la fiscalidad autonómica. Destacaron dos novedades, la subida del impuesto a las nucleares en un 33% y la promesa de que los 20 millones adicionales se invertirán en el despliegue de la energía renovable en la región.

Así evolucionan las cotizadas catalanas

Datos a 26 de abril

Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

COMPAÑÍA	PRECIO OBJETIVO		BENEFICIO NETO ESTIMADO 2022		RENT. POR DIVIDENDO ESTIMADA 2022 (%)	REC.*	VARIACIÓN MENSUAL (%)	REVISIONES NEUTRALES (%)	REVISIONES POSITIVAS (%)	REVISIONES NEGATIVAS (%)
	EUROS	VARIACIÓN MENSUAL (%)	28 FEBRERO 2022 (MILL. €)	VARIACIÓN MENSUAL (%)						
Almirall	14,38	= 0,00	48	0,16	1,56	C	= Sin cambios	38,5	61,5	0,0
Applus Services	11,05	↑ 0,95	109	2,35	1,39	C	= Sin cambios	6,3	93,8	0,0
Audax Renovables	1,80	= 0,00	20	0,00	0,87			0,0	0,0	0,0
Banco Sabadell	0,98	↑ 3,39	525	-2,12	0,45	C	↑ Mejora	40,0	55,0	5,0
Caixabank	3,58	↑ 0,56	2.405	1,22	0,99	C	= Sin cambios	36,4	63,6	0,0
Cellnex	62,83	↓ -0,49	-126	-19,70	0,15	C	= Sin cambios	7,4	92,6	0,0
eDreams Odigeo	7,81	= 0,00	-2	0,00	0,00	M	= Sin cambios	20,0	40,0	40,0
Ercros	-	-	-	-	0,00			0,0	0,0	0,0
Fluidra	36,01	↓ -0,64	315	-1,11	0,93	C	= Sin cambios	8,3	83,3	8,3
Naturgy	22,89	= 0,00	1.261	0,00	4,97	V	= Sin cambios	26,1	0,0	73,9
Grifols	23,33	= 0,00	457	-3,38	1,90	M	= Sin cambios	31,6	57,9	10,5
Grupo Catalana Occidente	40,80	= 0,00	426	0,00	3,01	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Inmobiliaria Colonial	9,72	↑ 0,28	165	-0,26	2,43	C	= Sin cambios	25,0	68,8	6,3
Laboratorio Reig Jofre	-	-	7	0,00	1,34			0,0	0,0	0,0
Miquel y Costas & Miquel	-	-	-	-	-			0,0	0,0	0,0
Naturhouse Health	-	-	13	-	0,00			0,0	0,0	0,0
Nueva Expresión Textil	-	-	-	-	-			0,0	0,0	0,0
Oryzon Genomics	9,00	= 0,00	-8	-0,57	0,00	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Renta Corporacion Real Estate	3,06	↑ 8,41	14	0,00	1,12	V	↑ Mejora	25,0	50,0	25,0

Variación mensual entre el 31 de marzo y el 26 de abril de 2022.

C Comprar M Mantener V Vender.

Fuente: elaboración propia con datos de FactSet. (-) No disponible.

elEconomista

El Ibex suma tras un mal final de mes

Àlex Soler

■ Sabadell se suma a la ofensiva por el cliente 'online'

Banco Sabadell lanzará su nueva cuenta *online*, sin comisiones, para tratar de crecer en número de clientes y mantener así una cuota de mercado en particulares de entre el 6,5% y el 7%. Hasta la fecha, la entidad catalana era la única de las grandes firmas nacionales que no contaba con una cuenta 100% digital para sus clientes. Sabadell, que genera a velocidad de crucero unos 200.000 clientes cada año, asegura que el 25% de las nuevas contrataciones se realiza por Internet. El objetivo, según fuentes de la entidad, es poder mantener y aumentar el ritmo de crecimiento gracias al añadido que representa su cuenta *online*. Desde Sabadell consideran que "puede ser significativo".

■ Fluidra recupera el consejo de compra más de un año después

No corren los mejores tiempos para Fluidra, que está teniendo que enfrentarse a una presión de costes que amenaza con reducir los márgenes tras unos años con un rendimiento muy bueno. Sin embargo, a medida que la presión se está notando en el resto de empresas del Ibex, los analistas han ido volviendo a mostrar interés en la compañía catalana, devolviéndole la recomendación de compra por parte del algoritmo FactSet y concediéndole su mejor estimación en este sentido desde el año 2017. Una de las firmas de inversión que ha mejorado su recomendación es Renta 4, que lo hizo precisamente después de que la catalana presentase sus cuentas anuales superando expectativas.



Barcelona coge carrerilla como centro formativo de Catalunya y España. iStock

Los nuevos centros de formación presencial y 'online' eligen Barcelona

Ante el potencial de Barcelona como centro tecnológico, emprendedor e innovador en Europa, las empresas de formación apuestan por invertir en la Ciudad Condal para formar al talento local y prepararlo para los empleos del mañana, más conectados y digitalizados en todos los sectores.

Álex Soler / Estela López



Crece el número de centros de formación en la ciudad. Europa Press

Barcelona es una ciudad innovadora, un centro tecnológico en Europa y un polo atrayente de talento. De esto no hay ninguna duda. "Barcelona es una ciudad emprendedora, pero nos queda mucho camino por recorrer en términos de inversión y crecimiento para coger a ciudades como Londres o Berlín", confiesa a *elEconomista* Ernest Sánchez, *managing partner* de Nuclio. "Hay que dar un impulso a la ciudad, pero vamos por buen camino", acaba. Parte de esta inversión debe ir, indudablemente, a la formación para dotar de oportunidades al talento local, sobre todo en aquellas mate-

añadió. No obstante, le pasó el balón al *Govern*, presente en el evento a través de su presidente, Pere Aragonès. "Catalunya está lista para ofrecer al talento un sistema universitario buenísimo y una mayor oferta de formación profesional (FP) el año que viene", se limitó a decir el jefe del Gobierno autonómico.

En ese sentido, la oferta de formación básica, los ciclos formativos y la formación continua aumentan sus plazas en un 34% el año que viene. Así lo manifestó el *Govern* a mediados de abril a través del Departamento de Educación y el Departamento de Empresa y Trabajo. Según Josep Gonzalez-Cambray, titular del primer departamento, "Este modelo da una respuesta a la perspectiva y necesidades de nuestro mercado laboral". "Además, con esta integración de la formación profesional garantizamos la cualificación de las personas a corto y medio plazo", añadió. En cifras, el nuevo modelo *FPCat 365* añade 276 nuevos grupos de formación profesional, un 137% más respecto a este curso, concentrados en propuestas relacionados con la economía digital, la transición ecológica y la atención a las personas, con 23 millones de euros destinados a estas materias. En ese sentido, hay un total de 33 nuevas propuestas para PCI y 55 para formación profesional. Por plazas, se doblan en los certificados de profesionalidad y formación continua y aumentan en 7.593 plazas las de los ciclos formativos. Esto va de la mano con un incremento del personal docente y se contratarán 1.022 nuevos profesores para

La oferta de formación básica, profesional y continua crecerá un 34% el año que viene

rias relacionadas con las nuevas tecnologías y sectores en alza como el de la movilidad eléctrica, sin olvidar, por supuesto, el resto de sectores.

En esa línea se movió Ada Colau, alcaldesa de Barcelona, en la inauguración de la nueva fábrica de Barcelona del unicornio catalán Wallbox. "Por supuesto, queremos captar talento internacional", arrancó la alcaldesa. "Pero sobre todo queremos que niños y niñas catalanas sepan que hay oportunidades aquí y que se las queremos brindar, formándolas para que puedan llegar a estas oportunidades",

La UPC desplegará la formación del CFPA Martorell

Tras años con el proyecto parado, el Departamento de Empresa y Trabajo de la Generalitat se ha puesto manos a la obra para dar vida al Centro de Formación Profesional de Automoción (CFPA) de Martorell, Barcelona, situado junto a la planta de Seat. Finalmente, se ha adjudicado a la Universidad Politécnica de Catalunya (UPC) la concesión del centro, que se prolongará durante 15 años, más 10 opcionales, para ponerlo en marcha tras siete años para impartir formación profesional inicia, formación profesional para la ocupación y formación programada para empresas destinadas al sector de la automoción. La UPC seguirá un plan de tres años e invertirá 1,4 millones de euros para su puesta en marcha. Una vez arranquen las clases, 1.200 alumnos podrán atender simultáneamente a clase. Además, aunque no está prevista la formación universitaria en el centro, queda un 40% del espacio libre para estudiar una "opción que es una posibilidad que se valorará en su momento". Cuando abra sus puertas se iniciarán en el CFPA 10 titulaciones de grado medio y superior y estudios de formación dual con contratación de más de 100 estudiantes y de formación para empresas, con un catálogo de más de 45 actividades formativas distintas para orientar su carrera.

cubrir las nuevas necesidades de la formación profesional. Todas las novedades vienen acompañadas de los más de 2.400 puntos de información con un enfoque práctico para el alumno y de la apertura de la Oficina de Acceso a la Formación Profesional en Barcelona, situada en la calle Roselló de la ciudad condal y que servirá como una ventana donde dirigirse para realizar cualquier gestión relacionada con la formación profesional y el resto de estudios posobligatorios.

Según datos del Idescat, en Catalunya hubo en el curso 2019/2020, el último en el que hay datos, 292.778 alumnos en estudios universitarios, posgrados, másteres y formación profesional, la cifra más alta de la historia desde que hay registros y que confirman la tendencia de los jóvenes de apostar por la formación en busca de mayores oportunidades laborales.

Nuevas empresas

Además del despliegue público a través de los centros de formación y universidades públicas, hay empresas, locales e internacionales, que apuestan por Barcelona para instalar nuevos centros de formación en una marcada apuesta por el talento local para formarlo y conseguir profesionales capacita-

El Instituto de Logística de Barcelona ofrecerá 345 plazas, 165 de nueva oferta

dos para las nuevas profesiones. En ese sentido, la más conocida seguramente será la nueva propuesta del Puerto de Barcelona, que ya prepara la apertura del Instituto de Logística de Barcelona para el curso que viene. Este centro es un proyecto llevado a cabo junto al gobierno de la Generalitat y al Ayuntamiento de Barcelona y se centrará en la industria logística.

El Instituto de Logística de Barcelona se situará en el mismo Puerto de Barcelona y dispondrá de 3.760 metros cuadrados dedicados a 12 aulas polivalentes, 14 aulas técnicas, dos aulas específicas, un laboratorio informático y espacios comunes para el equipamiento. El mismo puerto será el encargado de acondicionar el espacio, mientras que el material y la formación estarán financiadas por el Consorcio de Educación. Este centro es el último de una serie de aperturas dedicadas a la formación, como son el Instituto Bonanova, el Instituto Tecnológico de Barcelona, el Instituto del Deporte de Barcelona y el Instituto de los Alimentos de Barcelona, situado en Mercabarna, entre otros. El objetivo de este centro es concentrar el talento de alumnos y profesores y, según explican desde el Puerto de Barcelona, "trabajar para la excelencia con una in-



Barcelona confía en dar a los niños oportunidades para el futuro. iStock



La oferta formativa de Catalunya crecerá el año que viene en varios sectores, siempre con mirada de futuro. Luis Moreno

terlocución clara con la empresa". Se ofrecerán 11 grupos de 30 plazas, de media, cada uno y un grupo de 15 alumnos para el PFI de Auxiliar de Comercialización de Productos y Logística. Del total, 345 plazas, 165 son de nueva oferta y 180 procedentes del Instituto Joan Brossa.

La del Puerto de Barcelona es la propuesta más ambiciosa de un cúmulo de compañías que han hecho que la demanda de espacio para el sector de la formación se haya reactivado tras estar estable en los últimos años. En 2021 se firmaron varias operaciones de entre 4.000 y 6.000 metros cuadrados, todas por edificios completos. Desde Savills Aguirre Newman, "hay empresas creciendo en este sector que están actualmente buscando superficie en el mercado, tanto en edificios de oficinas como en locales comerciales, por necesidades de espacio para formación presencial y también por crecimiento de las empresas en este sector en el mundo *online*". Según la consultora, "las localizaciones buscadas tienen buenas conexiones de transporte público, están dentro del entorno urbano y requieren espacios abiertos como terraza o patio".

Entre las últimas compañías en incrementar su oferta en Barcelona están la escuela de animación en 3D y cine *FX Animation Barcelona & Film School*, que ha alquilado 5.770 metros cuadrados en un edificio corporativo situado en el 22@, ganando espacio para unificar la nueva oferta con la antigua, que impartía en la calle Àvila de Barcelona.

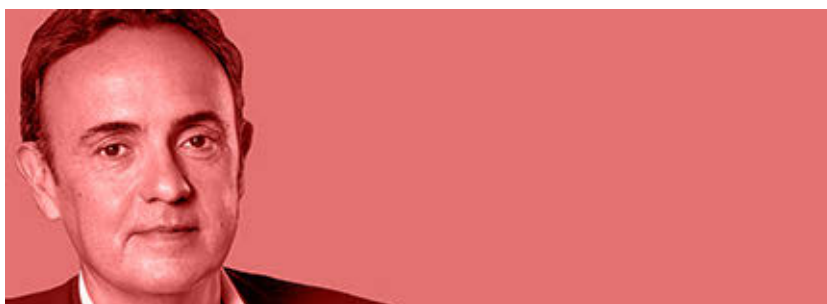
También el Instituto Superior de Formación Profesional Sanitaria Claudio Galeno ha optado por Barcelona con un nuevo centro de estudios situado en la localidad cercana de Barberá del Vallès. En su oferta hay ciclos formativos de grado medio, de cuidados auxiliares de enfermería o de farmacia y parafarmacia, por ejemplo, y de grado superior, en dietética y fabricación de productos farmacéuticos, por ejemplo. Este centro cuenta con más de 5.400 metros cuadrados de instalaciones repartidas en laboratorios y

5.770

Metros cuadrados de la nueva sede de la 'FX Animation Barcelona & Film School'

aulas para impartir clases teóricas y prácticas.

Por último, también destaca la unificación del sector gastronómico y la digitalización que realiza la propuesta del Grupo Planeta a través de Planeta Formación y Universidades, que abrirá durante la segunda mitad de 2022 un nuevo campus presencial dedicado a la gastronomía y al turismo y que albergará los estudios presenciales de *Barcelona Culinary Hub*, que combina lo clásico con lo digital en un aspecto más allá de los fogones con un enfoque en la gestión y la comunicación, y el nuevo centro de iFP Formación Profesional.



Gabriel Jen3
Presidente de Barcelona Oberta

Comercio y movilidad, urbanismo sostenible pensando en todos

Es indudable que la emergencia clim3tica nos lleva hacia un nuevo modelo de ciudad, m3s verde, m3s amable con las personas, m3s sostenible. Lo apuntaba un informe de la Comisi3n Europea el pasado 24 de febrero de 2022. Barcelona es una ciudad pr3spera y universal y cuenta con muchos elementos que la posicionan, tales como la digitalizaci3n, la creatividad, la industria 4.0, el sector *biotech*, la medicina; pero tambi3n destaca por su econom3a de proximidad y en especial por su modelo de comercio urbano.

El sector del comercio minorista en Barcelona genera 98.000 empleos. Esta ocupaci3n no podr3a ser sostenible sin el gasto realizado por los visitantes metropolitanos. Esta es la principal conclusi3n del informe *La importancia de la econom3a del visitante de la RMB para re-economizar el centro de Barcelona* elaborado por la Uni3n de Ejes Comerciales Tur3sticos, Barcelona Oberta. Dicho informe constata que el gasto de los visitantes de los municipios metropolitanos es vital para asegurar la viabilidad del modelo comercial de la ciudad de Barcelona. M3s concretamente, el informe revela que los residentes de los municipios de la regi3n metropolitana suponen una facturaci3n de 3.900 millones de euros para el comercio de la capital catalana, un dato que representa el 28% del total del sector. El porcentaje es superior al gasto hecho por el turismo, que supone una facturaci3n de 2.400 millones de euros, y el 18% del total. Finalmente, las compras de los barceloneses se elevan hasta los 7.500 millones de euros, representando poco m3s de la mitad de la facturaci3n del comercio de la ciudad (54%).

Las pol3ticas de urbanismo y su afectaci3n a la movilidad son la principal amenaza del comercio de la ciudad. El 50,8% de visitantes metropolitanos se desplazan a Barcelona en veh3culo privado, mientras que el 40,7% manifiesta llegar a la ciudad condal a trav3s de transporte p3blico. Por otro lado, el transporte p3blico no supone una alternativa real de acceso a la ciudad, puesto que la gente que lo utiliza no tiene otra forma viable de ir. Seg3n los resultados obtenidos, el 75% de los visitantes metropolitanos no usa el transporte p3blico por problemas asociados al modelo y oferta existente. Entre ellos, se destaca el exceso de tiempo invertido (31,1%), el exceso de intercambios (14,2%), la falta de seguridad (9,6%), o la inexistencia de conectividad (6,7%). Por tanto, las compras de visitantes, prin-



principalmente del área metropolitana, son una infraestructura básica para mantener el modelo y la calidad del comercio de Barcelona. El impacto del visitante metropolitano en la ciudad no solo incide en el comercio. Según los datos del informe, el 79% de los visitantes metropolitanos también consume en el sector de la restauración y otras actividades relacionadas con el ocio. Más concretamente, el informe calcula que, de cada 3 euros en compras de los no residentes de la ciudad, se induce 1 euro de gasto a la restauración.

No es posible una ciudad sin actividad comercial, al igual que el comercio necesita de la ciudad como base de operaciones. Las políticas de movilidad del Ayuntamiento de Barcelona podrían tener una incidencia directa en la asistencia de los visitantes metropolitanos. De los visitantes que acuden en vehículo privado, el 26,3% disponen del distintivo B, y podrían ver limitada su circulación en la ciudad en caso de prohibir este distintivo en la Zona de Bajas Emisiones (ZBE). Por otro lado, el informe estima que la media de tiempo destinada a llegar a Barcelona desde el área metropolitana es de 35 minutos y la tolerancia a los atascos de los visitantes es de solo 24 minutos. El 58% de los compradores dejaría de venir a Barcelona si no pudiera acceder en coche. El 71% de los residentes de la región metropolitana asegura que cada vez es más complicado ir a comprar a Barcelona y el 58% de los compradores manifiesta que dejaría de venir a la ciudad de Barcelona si no pudiera acceder con su vehículo privado.

Esta desconexión emocional y funcional entre Barcelona y su región metropolitana podría tener un impacto de entre 2.800 y 3.500 millones de euros, lo que supondría un impacto devastador para la ciudad. Una desconexión promovida por las medidas de urbanismo que dificultan el acceso en vehículo privado, la ausencia de alternativas adecuadas de transporte público y la aparición de nuevas polaridades comerciales generadas por el comercio electrónico, que presentan una oferta equiparable a la del comercio de la ciudad.



■

El 58% de los compradores manifiesta que dejaría de venir a Barcelona si no pudiera hacerlo con su coche

■

Barcelona Oberta concibe la movilidad como un derecho fundamental básico de las personas, y está a favor de una movilidad sostenible, ahora bien, se necesitan políticas de movilidad claras y consensuadas que faciliten el acceso de residentes y visitantes a los diferentes ejes comerciales. Si se limita la accesibilidad de la ciudad y la gente no acude a los comercios, acabaremos teniendo una ciudad dormida. Por eso es necesario acoger las nuevas tendencias urbanísticas globales entendiendo cómo es la ciudad, su funcionamiento diario, su morfología, la cultura, los desplazamientos que se realizan, etc., y crear una hoja de ruta consensuada que no perjudique la vida de la ciudadanía y que a su vez garantice la sostenibilidad, sin perder residentes y competitividad por el camino. Cualquier cambio de modelo tiene que contemplar la vertiente social y económica. Si al ciudadano se le prohíbe venir en transporte privado, ¿qué alternativas tiene para acceder a la ciudad con transporte público? O sin ir más lejos, según datos del RACC y Área Metropolitana, cada día entran en Barcelona 900 mil vehículos, esto equivale a 1,5 millones de personas. Si mañana decidieran dejar sus vehículos privados en casa, ¿dispone Barcelona de un transporte público metropolitano capaz de absorber esta demanda? No podemos dejar a nadie en la cuneta.

Las ciudades deben avanzar hacia un modelo más ecológico, sostenible y con un urbanismo más amable, con el mínimo perjuicio a sus residentes, visitantes y sin dañar su actividad económica. Barcelona es una gran metrópoli y sus planes urbanísticos y de movilidad deben ser planteados con visión a largo plazo, con base en el bienestar de sus residentes, conexión emocional con su región metropolitana y buena acogida a visitantes y esto solo se consigue con el diálogo.

El gran reto de transformación urbana de Barcelona para hacerla más sostenible y respetuosa con el medio ambiente pasa por recuperar su esencia de ciudad abierta, dialogante y buscando grandes consensos.

JAVIER LORENZO

Director general de Eckes-Granini Ibérica



“Hemos tenido que subir un 4% el precio final porque este año nos han subido un 15% los costes”

El grupo alemán Eckes-Granini es líder en Europa y en España en el sector de los zumos, y Javier Lorenzo está al frente de la filial ibérica desde 2011. Además, desde 2016 es también el presidente de la asociación española del sector, antes Asozumos y desde mediados de marzo denominada Zumos y Gazpachos de España.

Por Estela López. Fotos: Luis Moreno y eE

Aunque a primera vista no queda nada por inventar en el sector de los zumos, las marcas trabajan continuamente en novedades, y Eckes-Granini no es una excepción, con los pilares de la salud y la sostenibilidad al frente, y su marca Hohes C como ejemplo recién estrenado en España.

Eckes Granini es líder en zumos en Europa ¿cuál es la apuesta para mantenerse?

Para consolidar nuestra posición e incluso crecer hemos de responder a lo que los consumidores están demandando, y eso pasa por la innovación para captar la atención y el interés de los consumidores. Por eso invertimos mucho en I+D, que está centralizado en Alemania.

¿Qué inversión dedica la compañía?

Entre un 3% y un 4% de las ventas netas anuales.

les, desde la investigación a las pruebas con consumidores y para modificar y adaptar las líneas de producción.

¿Cuál es la facturación del grupo?

En 2021 fueron 865 millones de euros

La compañía está en más de 80 países, pero España es el tercero en beneficio y el quinto en volumen ¿cuál es el motivo?

Tanto Granini como Pago son marcas muy potentes y tenemos una cuota de mercado relevante tanto en alimentación como en el canal horeca.

¿Cuáles fueron los resultados de Granini Ibérica en 2021?

Estamos muy contentos porque tuvimos un crecimiento importante, llegando a 46,5 millones de euros de facturación, un 9% más que en 2020, y con una recuperación espectacular del canal horeca, que ha crecido un 54% respecto a 2020, con una fac-

na), África, Oriente Medio, y algunos países de Latinoamérica.

Y en producción local, ¿todo es para España y Portugal o también se exporta?

Realizamos producción local, en nuestro caso en Lekunberri (Navarra), con nuestro colaborador Agrozumos, y exportamos una pequeña parte porque tenemos acuerdos dentro del grupo. Nuestras exportaciones en los últimos años han sido entre el 1,5% y 3,5%. En concreto para 2022 nuestra estimación es del 2,6%. Nuestros principales clientes de exportación son filiales de nuestro grupo en Suiza y Hungría que venden en sus países productos con el mismo *packaging* al que vendemos en España.

¿La nueva gama de bebidas refrigeradas que ha llegado ahora a España True Fruits de dónde viene?

De Alemania, porque es una compañía en la que el grupo Eckes Granini participa con un

“El 2021 ha sido el año de la recuperación y 2022 será el de la consolidación de los resultados de 2019”



“La agenda 20-25 del grupo prevé crecer hacia regiones como Extremo Oriente, África, Oriente Medio y Latinoamérica”



turación de 14 millones de euros. Ahí aún estamos a un 76% del nivel de 2019, pero esperamos recuperar la normalidad en 2022. Ya lo estamos viendo este primer trimestre, y esperamos una buena campaña de Semana Santa y verano por la afluencia de visitantes extranjeros. El 2021 ha sido el año de la recuperación y 2022 el de la consolidación de los resultados de 2019, y a partir de aquí... a crecer. En consolidado estamos ocho puntos por debajo de 2019 y es lo que hemos de recuperar este año.

¿El grupo prevé también crecer geográficamente?

Estamos inmersos en lo que denominamos internamente la agenda 20-25, que empezó en 2021 y son cinco años, y que prevé entre uno de sus pilares la expansión geográfica, hacia regiones como Extremo Oriente (Chi-

35%, y nos encargamos de la distribución en España. Son *smoothies* y estamos muy contentos porque están funcionando muy bien. Es una marca que conecta muy bien con el público juvenil y de una edad sobre los 30 años.

¿Cómo se reparte la facturación?

Un 57% procede del canal alimentación y un 43% de horeca. Tenemos una cuenta muy equilibrada. El canal horeca es muy importante para la estructura económica de España y también lo es para Eckes Granini. Lo han pasado muy mal en 2020 y 2021 y les estamos apoyando.

¿Hay planes para incorporar más marcas y diversificar?

La compañía tiene declarado públicamente que siempre está abierta a oportunidades. Igual que hay gente que está investi-

gando y desarrollando productos, hay otra gente que está atenta al mercado. Cualquier cosa que pueda surgir, si es interesante se puede acometer, porque el grupo es muy sólido financieramente porque es un grupo familiar gestionado de manera muy prudente y responsable.

¿Cataluña y España en general es proveedor de fruta para el grupo?

Sí, el departamento de compras, que está en Alemania, compra melocotones y peras en Lleida, pero no es una proporción significativa en el total del grupo porque no son sabores principales. Por ejemplo, el melocotón es un sabor muy apreciado en España y ocupa el tercer lugar, pero fuera de España no. Estamos comprando una variedad amplia de frutas en España. Además de las mencionadas, también albaricoque, uva, mandarina, limón, fresa, tomate y zanahoria. En concreto, con el melocotón, albaricoque y uva casi el 100% del producto tiene origen España

consumidor a través de Internet ¿Cómo está funcionando?

Es algo muy reciente, todavía no tenemos resultados, pero uno de los programas clave de la compañía es la digitalización, junto a la innovación y la sostenibilidad, y se están dando impulsos muy fuertes. Estamos trabajando en el *e-commerce*, tras el *boom* de 2020, que mantuvimos en 2021 y que está creciendo en 2022. Estamos trabajando con todas las plataformas de distribución tradicionales y las nuevas tipo Glovo, Getir, Gorillas y Amazon. Pero llegar directamente al consumidor requiere tiempo para hacerlo bien, y acabamos de empezar.

¿Seguirán a Pago más marcas de venta 'on-line' directa al consumidor?

Pago es el inicio, y hay otro proyecto en marcha, pero hay que ver qué tal va con Pago, porque es un sistema que requiere un aprendizaje permanente y mucha prueba y error porque es un negocio nuevo que hemos de

“Casi el 100% de los melocotones, albaricoques y uva que compra el grupo Eckes-Granini tienen origen España”



“Hay diferencias entre países sobre los sabores preferidos de zumo, pero la naranja es universal”



ña. Pero si nos vamos a los volúmenes totales del grupo, donde incluimos todas las frutas tropicales, los cítricos y la manzana, que proviene principalmente del norte de Europa, el total de fruta con origen España está ligeramente por encima del 5%.

¿Hay mucha diferencia en las preferencias por países?

Sí, la piña en España es el segundo sabor, pero fuera no es significativa, y también el tomate es importante y fuera no, mientras que un sabor muy apreciado en el centro y norte de Europa y que se consume muchísimo como es la manzana, aquí no tanto. La naranja sí que es universal. En Alemania, los gustos más consumidos son la naranja y la manzana.

Con la marca Pago, que es muy potente en hostelería, han iniciado la venta directa al

ir aprendiendo y modificando. De todas formas, creemos que vamos a tener éxito porque el consumidor ahora está en esta línea.

¿Cómo afecta al grupo la crisis de costes y suministros por la pandemia y la guerra de Ucrania?

Desde finales de 2021, la llegada de suministros empezó a ser algo que debíamos gestionar desde la dificultad, pero hicimos una planificación y nunca nos ha faltado nada significativo que haya parado la producción. Para conseguirlo, hemos tenido una inflación en costes significativa, porque teníamos que contratar barcos y transporte terrestre a precios un 20% o 30% superiores a lo habitual. El 24 de febrero, con la guerra de Ucrania, la situación se agravó tanto respecto a la crisis de suministros como en el aumento de costes, y con el transporte por Europa que se ha complicado. El cristal es muy impor-

tante para nosotros para el canal horeca y hay fábricas importantes en Ucrania que han parado la producción, y por tanto hemos tenido que buscar otros proveedores. Y cuando parecía que estábamos empezando a controlar esto, llegó la huelga de transportistas a mediados de marzo.

¿Y cómo les afectó la huelga de transportistas?

Fue grave. Fue imposible servir el 15% de lo que teníamos encargado, por lo que marzo pasó de ser un mes bueno a... no bueno. Además, se acabó el stock en los puntos de venta, así que hay una venta no recuperable, porque lo que no bebas hoy no lo bebas por duplicado otro día ni vas a tener más sed. Tardamos más de una semana, ya en el mes de abril, una vez se desconvocaron los paros de transporte, para servir todo lo pendiente de marzo. Y todo esto para llegar a los almacenes, que también tenían que recuperar el reparto a los puntos de venta.

pañía como la nuestra, la sostenibilidad es muy importante porque vivimos de la tierra. En 2021 conseguimos la certificación como empresa neutra en carbono; entre finales de 2022 y principios de 2023 tenemos el compromiso de que el 100% del plástico de los envases sea reciclado y 100% reciclable, y queremos que todos nuestros cultivos sean sostenibles, y también tenemos tres pilares de apoyo social. En 2022 hemos empezado a monitorizar nuestras inversiones en el ámbito de la sostenibilidad y ya están por encima del 18% de nuestras inversiones totales.

A nivel nutricional ¿cuál es la hoja de ruta?

Todo lo que estamos lanzando ya no tiene azúcares añadidos porque son 100% zumo o bebidas a las que no se les añade azúcar, y en el portafolio anterior, en la línea *light*, que ahora llamamos *sin*, hemos eliminado los edulcorantes, y en los néctares hemos reducido el azúcar añadido e incrementado el porcentaje de fruta. Por darte un dato clarifica-

“Por el paro de transportistas nos fue imposible servir el 15% de lo que teníamos encargado en el mes de marzo”

“Solo pagamos el impuesto catalán a las bebidas azucaradas en la limonada, en el resto del portafolio estamos por debajo”



¿Se plantean aplicar reduflación, es decir, reducir el tamaño de los envases para mantener el precio?

No lo hemos hecho en ninguna gama de producto ni está en nuestros planes hacerlo, pero sí que hemos tenido que subir un 4% el precio final, que es una muy pequeña parte de lo que estamos sufriendo. Este año estamos soportando un incremento promedio de costes operativos del 15%. Tenemos al consumidor en nuestra mente a diario, y no le vamos a pedir que asuma este incremento, pero todo es más caro: el transporte, la energía, los suministros, las materias primas... por ejemplo, la piña ha subido un 36%.

Decía antes que uno de sus pilares es la sostenibilidad...

Sí, y desde que entró el nuevo consejero delegado, Tim Berger, en agosto de 2020, le ha dado un impulso poderoso. Para una com-

dor: solo pagamos el impuesto catalán a las bebidas azucaradas en una referencia, la de la limonada, donde hemos de añadir azúcar para contrarrestar la acidez del limón. Estamos por debajo del nivel de esa normativa en el resto del portafolio, que es inmenso.

Muchas dietas actuales desaconsejan el zumo porque tiene azúcares, aunque sean naturales, y no la fibra de la fruta entera...

Como sector nos sentimos muy injustamente tratados. Todo lo que se dice de las características nutricionales negativas del zumo no es verdad, así de claro. Está científicamente demostrado que un vaso de zumo al día es súper saludable. Son 75 u 80 calorías, lo equivalente a un yogur, y si tomas un zumo 100% no tienes azúcares añadidos, y si tiene pulpa, eso es fibra. Claro que no es lo mismo que una fruta sólida, pero es que tampoco lo pretendemos.

Evolución de las empresas catalanas del BME Growth durante el mes de abril

Datos a 26 de abril  Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

	VALOR DEL MERCADO (MILL. €)	ÚLTIMO PRECIO (€)	VARIACIÓN MES (%)	VOLUMEN MENSUAL* ABRIL	INGRESOS (MILL. €)			BENEFICIO NETO (MILL. €)
					30/06/2020	30/06/2021	VARIACIÓN (%)	
Agile Content	 121,30	5,76	 4,00	334.374	9,25	17,23	 86,27	-2,55
Akiles	 3,09	0,11	 0,00	0	0,65	-	-	-
Enerside Energy	 195,58	5,24	 0,38	497.305	-	-	-	-
Griño	 60,59	1,98	 8,20	8.809	22,88	26,02	 13,72	0,98
Holaluz	 225,80	10,55	 -10,59	1.515.544	122,92	186,75	 51,93	-3,74
Inkemia	 8,36	0,31	 0,00	0	-	-	-	-
Kompuestos	 21,27	1,75	 -2,78	13.135	22,42	29,97	 33,68	-0,01
Lleidanet	 68,53	4,27	 28,81	3.756.772	7,83	8,29	 5,87	0,65
Pangaea	 39,58	1,74	 1,16	11.633	2,35	2,46	 4,68	0,09
Parlem Telecom	 93,96	5,84	 -6,71	208.129	-	-	-	-
Solarprofit	 176,66	9,00	 0,00	514.997	-	-	-	-
Vytrus Biotech	 24,19	3,40	 2,41	177.050	-	-	-	-

Fuente: Boletín del BME Growth. (-) Dato no disponible. (*) *Acumulado. En euros. Variación mensual entre el 31 de marzo de 2022 y el 26 de abril de 2022

elEconomista

La primavera se tiñe de verde también en el BME Growth

Tras un invierno difícil para las catalanas del BME Growth, la primavera cierra su primer mes completo con seis subidas por solo tres bajadas y la estabilización de Solarprofit.

Álex Soler.

Sigue el BME Growth en su particular tranquilidad primaveral con otro mes de mayoritariamente buenos resultados, el primero completo tras las incorporaciones de Vytrus Biotech y Enerside Energy. Como el mes pasado, hay muchas más subidas que caídas y las primeras son más notorias que las segundas, aunque algún descenso pronunciado también se registró en abril. El mercado alternativo encara con buenas sensaciones, entonces, el mes de mayo.

Como es habitual, Akiles Corporation e Inkemia mantienen suspendida su cotización por diferentes razones, con lo que no han variado durante las últimas semanas. Paralelamente, el mes pasado solo hubo tres caídas, firmadas por Kompuestos, Parlem Telecom y Holaluz. Empezando por la más va-

liosa del mercado, la energética verde se dejó un 10,59% el mes pasado al ver caer sus acciones hasta los 10,55 euros por acción. Su capitalización alcanza ahora los 225,80 millones para mantenerse en la cúspide. Este fue el descenso más sonado, seguido del de Parlem Telecom. En su caso, perdió un 6,71% de su valor hasta los 5,84 euros por acción para dejar su valor total en los 93,96 millones de euros. Finalmente, Kompuestos cayó un 2,78%, cerrando el mes con una capitalización de 21,27 millones de euros.

Por contra, fueron seis las catalanas que subieron el mes pasado, mientras Solarprofit, pese a cotizar, se mantuvo en los nueve euros por acción. Las subidas las lideraron Lleida.net, que sigue celebrando un gran rendimiento de sus servicios (ver página siguiente), con un 28,81%, revalorizando sus títulos hasta los 4,27 euros o, lo que es lo mismo, colocando su capitalización en los 68,53 millones de euros. Griño también acabó abril con buenas cifras, subiendo un 8,20% hasta los 1,98 euros por título. La compañía catalana alcanza los 60,59 millones de euros. El resto de ascensos fueron mucho más tímidos, todos por debajo del 5%. Agile Content, por ejemplo, subió un 4% hasta los 5,75 euros por acción, dejando su valor en los 121,30 millones de euros, mientras Vytrus Biotech, que ha presentado resultados muy positivos (ver página siguiente), subió un 2,41% hasta los 3,40 euros por acción para cerrar su primer mes en verde. Enerside Energy, que dobló su facturación durante el año pasado (ver página siguiente) sumó también en su primer mes, un 0,38% hasta los 5,24 euros.

Telecomunicaciones

Los envíos de 'SaaS' de Lleida.net se disparan un 75%



La compañía de servicios tecnológicos Lleida.net registró un incremento "significativo" en el número de envíos *SaaS* (*software as a service*) que realizó en nombre de sus clientes en el primer trimestre de 2022, con líneas cuyo crecimiento supera el 75% con respecto al mismo período del año pasado. Según una comunicación regulatoria enviada este martes al mercado, los datos de producción de la empresa "muestran su consolidación como líder europeo de su industria", según informó la compañía en un comunicado.

La línea que experimentó un mayor crecimiento fue la de Contratos Electrónicos Certificados Standard

API, que creció en un 75,33% con respecto al mismo período del 2021, o casi un millón y medio de envíos más, según informó la empresa. El tráfico de este servicio proviene mayoritariamente de contrataciones de compañías de telecomunicaciones y seguros en Europa, financiación a consumo en Latinoamérica, España y Europa del Este, servicios de préstamos por parte de tecnológicas financieras en España y Latinoamérica además de contratación de servicios sanitarios en esa región. "El modelo de negocio de Lleida.net ha probado un trimestre más su absoluta consolidación y la capacidad que hemos tenido para permitir a nuestros clientes corporativos y particulares hacer frente a sus necesidades", dijo Sisco Sapena.

Cosmética

Vytrus Biotech ganó 450.000 euros en 2021, el doble que en 2020



La empresa biotecnológica catalana Vytrus Biotech, especializada en ingredientes activos derivados de células madre vegetales para la industria cosmética, cerró 2021 con un beneficio de 450.022 euros, un 107% superior al ejercicio anterior. La compañía elevó su facturación un 64% hasta los 2,8 millones de euros, mientras que su beneficio fruto de explotación aumentó un 91% hasta los 1,13 millones de euros.

Vytrus, que desde el pasado 15 de marzo cotiza en el BME Growth, el mercado bursátil de las pymes, duplicó el mes pasado su capitalización bursátil, pasando de 12,2 a casi 24,2 millones de euros. "Es-

ta evolución del valor de la acción refleja la buena acogida de Vytrus por parte del mercado y más aún dentro del marco de incertidumbre actual que experimentan los mercados bursátiles a nivel global", señala la compañía en un comunicado.

Vytrus Biotech tiene su sede en Terrassa, Barcelona, y cuenta con un equipo de cerca de 30 personas, en su mayoría licenciados o doctores en ciencias de la vida.

La compañía cerró una ronda de 2,4 millones de euros antes de entrar en el parque.

Energía renovable

Enerside duplicó su facturación en 2021 hasta los 11,2 millones



Enerside Energy, compañía catalana integrada en la industria solar fotovoltaica, mostró la creciente rentabilidad de su estructura de negocio al alcanzar a cierre de 2021 un beneficio antes de impuestos positivo de 0,5 millones de euros, y multiplicar por tres su valor de compañía en el último año. Este resultado refleja la bondad de los fundamentales y perspectivas de Enerside, en un sector en pleno crecimiento, en el que la compañía está completando un bienio de transformación 2021-2022, gracias a la aportación de sus tres líneas de negocio, que por primera vez están plenamente operativas en un mismo ejercicio.

La facturación de 2021 se duplicó hasta alcanzar los 11,2 millones de euros, la mayor de su historia, y se sitúa en la senda de la previsión publicada por la compañía para el año en curso, que prevé en 40 millones de euros. Además, la captura de mayor aportación de ingresos en todas sus líneas de actividad permitirá incrementar en 2022 la generación de ebitda, que Enerside estima que alcance los tres millones de euros a cierre del presente ejercicio. En 2021, la compañía mantuvo el resultado final neto en números negativos de 295.000 euros tras la reinversión de sus ingresos en el aumento de la plantilla y otros gastos operativos.



Pere Navarro
Delegado especial del Estado
en el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona

‘SIL 2022’, el punto de encuentro para un sector clave en plena transformación

El sector de la logística vive un momento de auténtica evolución y crecimiento. Según datos de la Organización Empresarial de Logística y Transporte de España, el país cerró 2021 con un máximo histórico de empleo en el sector, 1.132.000 personas que se dedican a la logística, lo que supone un 3,8% más que el año precedente. Más del 10% del total del empleo en España lo genera el sector de la logística, y si ponemos el foco en Catalunya, la fotografía es espectacular. El 14,4% del PIB y hasta 130.000 puestos de trabajo directos en Cataluña se derivan de esta actividad. En Europa, sólo Holanda cuenta con un peso relativo tan elevado de la logística en el conjunto de su economía.

Sin duda la pandemia ha servido de acelerador en este proceso. El cambio en la demanda por las restricciones de movimiento y actividad supusieron en 2020 y 2021 un empuje sin precedentes al comercio electrónico. Los datos son aquí también espectaculares. Según la patronal de la gran distribución Anged, el primer año de la pandemia este tipo de comercio creció nada menos que un 56% en España hasta rozar los 16.000 millones de euros. La pandemia ha marcado también un cierto punto de inflexión en la percepción de la gente en relación a un sector que no siempre ha contado con el apoyo que merece. La logística debe ser una actividad económica que garantice las condiciones de trabajo de las personas del sector con la creación de empleo de calidad. Y es que si hay algo que nos han enseñado estos dos últimos años es que la logística es estratégica para el país, sí, pero, además, absolutamente necesaria en nuestras vidas.

Pero la logística, como otros sectores, vive un momento de importantes transformaciones y retos. Uno de ellos es sin duda la digitalización. La aplicación de la robótica, la Inteligencia Artificial, Internet de las Cosas... Las nuevas tecnologías están transformando la manera cómo entendemos la logística y aquí sin duda la pandemia ha actuado también como acelerador del cambio. Evidentemente, otro de los grandes retos a los que se enfrenta el sector es la sostenibilidad y el necesario avance hacia la descarbonización. Éste es sin duda un aspecto clave. La mejora de las flotas con la aparición de modelos de camiones híbridos, la modernización de las infraestructuras, el uso de vehículos eléctricos para la logística de última milla o el avance hacia almacenes logísticos más eficientes y



“verdes” son sólo algunas de las palancas que van a marcar la evolución del sector en estos próximos años.

Tanto digitalización como sostenibilidad van a ser dos palancas destacadas en la próxima edición del SIL, el Salón Internacional de la Logística de Barcelona, que se celebrará del 31 de mayo al 2 de junio en el recinto ferial de Montjuïc de Fira de Barcelona. Desde el Consorci de la Zona Franca de Barcelona (CZFB) estamos muy contentos e ilusionados de volver a reencontrarnos con todas las personas que se dedican al sector de la logística en la que va a ser la vigésimo segunda edición de este evento líder de Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain del Sur de Europa. El SIL Barcelona vuelve tras dos años sin celebrarse debido a las necesarias restricciones por la pandemia, aunque durante este tiempo el CZFB ha seguido apostando por el sector a través de BNEW (la Barcelona New Economy Week), que ha tenido en la logística a una de las temáticas destacadas.

SIL Barcelona volverá a contar con un Congreso que reunirá a más de 300 *speakers* nacionales e internacionales que debatirán sobre las tres grandes macro-tendencias económicas. Hablarán de innovación 4.0 y digitalización, y de sostenibilidad, pero también de talento. Y es que hay otro elemento estratégico que preocupa a la logística y que va a necesitar la implicación de todos, sector público y privado, para generar soluciones rápidas.

Se trata de la necesidad de nuevo talento para cubrir las demandas laborales actuales, en plena transformación. La logística, como decíamos antes, es un sector que no siempre ha contado con buena prensa y un gancho atractivo para las nuevas generaciones, y eso ha desplazado a buena parte de la juventud, que no ven esta actividad como una opción interesante de futuro. En este sentido, el CZFB impulsa en colaboración con el Ayuntamiento de Barcelona y Correos The New Barcelona Post, un ambicioso proyecto para reconvertir la emblemática sede de Vía Laietana en un espacio dedicado a la formación y la generación de nuevo talento para la economía 4.0. En esta 22 edición de SIL Barcelona contaremos con cuatro *stages* en los que se debatirá sobre la situación y nuevas tendencias en *Business Transformation*, *Industry & Logistics*, *eDelivery*, y *Global Logistics*. Vamos a desarrollar más de 80 sesiones en total, y todo ello por supuesto sin olvidar nuestra Nit de La Logística, que reunirá de nuevo al sector para compartir experiencias y disfrutar juntos de una cita que es sin duda uno de los clásicos en la agenda empresarial.

Aunque en los últimos años hemos vivido avances destacados, aún queda mucho camino por recorrer respecto a la igualdad de género. Hay que visibilizar a la mujer en el sector de la logística y especialmente en aquellos cargos intermedios y directivos donde la presencia es aún muy menor. Aquí el CZFB trabaja también de manera intensa a través del Consejo de la Mujer, que constituimos en 2020 y que tiene como objetivo impulsar la igualdad de género en el ámbito de la industria y la logística, y en el que participan ya una quincena de empresas del ámbito del Polígono Industrial de la Zona Franca.

Finalmente, para mantener una logística fuerte como sector estratégico y como actividad que puede generar empleo de calidad y crecimiento estable, es importante tejer consensos que sumen diferentes complicidades y que unan a sector público y privado en torno a la importancia de contar con unas infraestructuras competitivas. La capacidad para atraer nuevas inversiones de valor, dependen de eso. Necesitamos formar nuevo talento, contar con buenas infraestructuras, contar con suelo logístico suficiente, apostar por la tecnología, por la sostenibilidad, etc. Catalunya debe hacer valer su posición de liderazgo en Europa. Tenemos la oportunidad y la obligación de seguir siendo referentes en un sector clave. SIL Barcelona 2022 va a ser de nuevo el punto de reunión y análisis para avanzar en ese camino.



■

**Hay que visibilizar
a la mujer en el sector
de la logística, sobre todo
en puestos intermedios
y directivos**

■

5

Alimentaria trae lo último en proteína vegetal y probióticos

Carne, embutidos, leche, huevos... que en realidad no lo son. Los productos elaborados con proteína vegetal toman la feria.



6

Catalunya se postula para atraer una fábrica de microchips

Administración, universidades y diversas entidades impulsarán una candidatura para aprovechar los fondos de la Unión Europea.

13

Fiscalía reduce a 3,4 millones el desvío de fondos del 'Govern' el 1-0

Fiscalía rebaja las estimaciones del Tribunal de Cuentas sobre el dinero desviado para el 1-0 desde los 9,5 millones iniciales hasta los 3,4 millones.

14

La catalana Shotl debuta en el Nasdaq tras fusionarse con Swvl

La empresa catalana de movilidad colectiva a demanda debutó en el Nasdaq tras fusionarse con Swvl, que salió a bolsa en marzo.

20

Wallbox inaugura su fábrica de Barcelona, capaz de montar un millón de cargadores

En solo siete años, Wallbox ha pasado de *startup* a referente mundial del sector de la carga. La nueva planta tiene una capacidad de 750.000 unidades anuales y alcanzará el millón en 2025.

19

Pronovias presenta tres NFT y da el salto al metaverso

En el marco de la Bridal Fashion Week de Barcelona, la firma catalana anunció tres NFT de vestidos de su colección Versailles 2023.

26

Fira de Barcelona acoge Seafood Expo Global

El mayor evento comercial de productos del mar del mundo abrió sus puertas en Barcelona con la participación de 1.550 empresas de 76 países.



LO IMPRESCINDIBLE EN EL MES DE MAYO

El símbolo de la pandemia desaparece y vuelve la normalidad

Salvo la de 2020, todas las primaveras son sinónimo de optimismo después de la llegada de la pandemia. La de 2021 recuperó cierta actividad, con ferias híbridas a caballo entre lo digital y lo real, con la vuelta del deporte a puerta cerrada y con una mayor libertad de movimiento, siempre tomando medidas como la limitación de reunión y la mascarilla. En 2022, mediante vacunas y con ómicron, la variante más *gripalizada*, dominando, parece que la tan ansiada normalidad ha vuelto. Aunque llevamos unos meses así, con ferias importantes como el Mobile World Congress funcionando y con el Camp Nou lleno, faltaba un detalle, la eliminación de la mascarilla.

En mayo la agenda está repleta de eventos entre los que destaca sobre todo el ISE, la feria audiovisual más grande del mundo, que aspira a rivalizar con el MWC en cuanto a visitantes e impacto económico, repercusión que también recuperará el Gran Premio de Fórmula 1, con las entradas agotadas el primer día y con más entradas puestas a la venta, de nuevo agotadas, en gradas supletorias. Hay ganas de sol, de disfrutar y la agenda de los próximos meses hará las delicias tras dos años en los que la mascarilla nos ha acompañado a todos lados.

6 de mayo

Comic Barcelona

Comic Barcelona vuelve al recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona en su 40 edición, un aniversario en el que ofrecerá las últimas novedades de este género en sus múltiples temáticas. No faltarán algunos de los autores más emblemáticos, expositores de las principales editoriales e invitados internacionales de renombre. La presencialidad vuelve a uno de los eventos más populares del calendario.

7 de mayo

Cosmobeauty

En mayo se celebra la segunda de las dos ferias Cosmobeauty del año, dedicada especialmente a la peluquería, las uñas, el maquillaje, la barbería, las pestañas postizas, las clínicas capilares y la cosmética capilar y de barbería. Esta feria sectorial destaca por ser un evento propio, exclusivo, cercano y personalizado.

10 de mayo

ISE Barcelona

ISE, la mayor del mundo en su sector, llega a Barcelona tras el Covid-19 con la voluntad de igualar las magnitudes del Mobile World Congress. Del 10 al 13 de mayo, se esperan hasta 60.000 profesionales del sector para un evento en el que el impacto dependerá de la cifra de participantes, con más de 28.000 ya preinscritos. El ISE llega tras mudarse de Ámsterdam a Barcelona.

22 de mayo

Gran Premio de España de Fórmula 1

El Mundial de Fórmula 1 pasa de nuevo por España con el Circuit de Barcelona-Catalunya como su escenario. El mítico trazado catalán sigue siendo clave en el calendario automovilístico y volverá a disfrutar del automovilismo sin restricciones ni mascarillas.

Alimentación

Condis amplía su plataforma de fruta y verdura en Mercabarna



La cadena de supermercados Condis ha puesto en marcha la ampliación de su plataforma de fruta y verdura en Mercabarna, con un aumento de la superficie destinada a estos productos frescos, que pasa de los 3.416 metros cuadrados disponibles hasta el momento a un total de 5.000 metros cuadrados, reforzando así su capacidad logística en el mercado mayorista. La nueva plataforma, que ha contado con una inversión de cuatro millones de euros, funciona a pleno rendimiento desde el pasado mes de abril. La ampliación de la plataforma, puesta en marcha en 2001, supone el aumento de los muelles de carga y descarga, pasando de los 16 previos a un total de 27, lo que promueve una mejora

en la movilidad de las labores a realizar en la recepción de la mercancía y la preparación de los pedidos. Además, en la planta se han instalado placas solares fotovoltaicas de autoconsumo, con una potencia de 124 kWp y la iluminación consta de proyectores led, que optimizan el consumo eléctrico.

Entre otras de las novedades de la plataforma, se ha eliminado el sistema convencional de refrigeración para dar paso a una nueva instalación central frigorífica con dióxido de carbono, un refrigerante más natural que se encuentra libre en la atmósfera. Con este cambio, se suprimen los gases fluorados más contaminantes.

Internacionalización

Neoelectra refuerza su oferta de servicios energéticos en Chile



Tras cinco años desde que llegó al país sudamericano, Grupo Neoelectra refuerza su presencia en Chile con la creación de Neoelectra Energía Chile, una comercializadora de energía eléctrica enfocada en clientes de perfil industrial pertenecientes a sectores como la alimentación, la química, los procesados, el farmacéutico o los electro-intensivos. Su objetivo es desarrollar en Chile el mismo modelo de *Business Intelligence* de España, que ha permitido interconectar los factores de éxito entre el negocio de cogeneración y su comercializadora de *commodities* en cada momento, para identificar sinergias que maximicen oportunidades que añadan

valor a la compañía, traduciéndolos en una reducción de costes y en un incremento de beneficios para sus clientes industriales. Lo que cobra especial relevancia en el contexto actual de tanta volatilidad de precios. La expectativa de generación de negocio de la comercializadora es alcanzar los 110 GWh anuales de cara al 2024. Para entonces, se estima que Neoelectra Energía Chile supondrá un 25% del negocio del grupo en el país. Para abrirse paso en el mercado chileno, la comercializadora contará con Eduardo Rodríguez, que ostentará el cargo de *business manager*. Rodríguez es ingeniero civil eléctrico por de la Universidad de Chile.

Aperturas

Action se consolida en Catalunya con su cuarta tienda



Action, la cadena de descuento de productos no alimentarios de mayor crecimiento en Europa, continúa su expansión por España, y ha elegido la ciudad de Figueres para la apertura de su nueva tienda en Catalunya. Esta apertura, que tuvo lugar el 14 de abril, es la cuarta tienda que la compañía abre en apenas dos meses y se sumará a las otras tres tiendas situadas en Girona, Sabadell y L'Hospitalet de Llobregat. Action ha elegido esta localización porque ofrece un cómodo acceso para los clientes. Al igual que las tres primeras tiendas de Action en Catalunya, la tienda de Figueres será gestionada por el centro de distribución de Labastide en el sur de

Francia. El establecimiento está situado en la Carretera De Figueres a Avinguda de Roses, km. 29 y cuenta con una superficie de 822 metros cuadrados. Con esta apertura, la compañía continúa creando empleo en Catalunya y generará un total de 31 puestos de trabajo. En esta nueva tienda, los clientes podrán seguir disfrutando de la fórmula Action: un surtido siempre cambiante de productos a precios muy bajos. De los 6.000 productos que ofrece, se pueden encontrar al menos 1.800 por un precio inferior a un euro. Además, sus productos se distribuyen en 14 categorías, desde DIY hasta multimedia, cuidado personal o juguetes.

Sector energético

Celsa suministra 200.000 toneladas de acero a un proyecto británico



Celsa Group, a través de Celsa UK, está produciendo y suministrando el acero necesario en la construcción del nuevo reactor de la instalación nuclear de Hinkley Point C, instalación energética en el Reino Unido y la primera que se lleva a cabo en este país en 20 años, como parte de su plan de descarbonización de la producción energética. Celsa UK está suministrando hasta 200.000 unidades de acero circular y bajo en emisiones producido en su ace-

ría, en diferentes entregas. Se trata de uno de los contratos de venta de acero más importantes del grupo en los últimos meses, que demuestra las bondades y mayor competitividad del acero de la compañía, fente al de otras empresas europeas. Como proveedor de este proyecto, Celsa UK aporta la capacidad de producir acero circular de bajas emisiones, pero también el dinamismo y capacidad tecnológica y logística de la compañía.

Espectáculos

Ocine inaugura la primera sala 100% inmersiva de España en Catalunya



La compañía de exhibición Ocine inauguró en abril la primera sala 100% inmersiva en España, la Sala 9 Ice Theaters, del Ocine Granollers. Según la compañía, los asistentes podrán sentir la magia del cine con todos sus sentidos, como si estuvieran inmersos en la trama de la película. Entre las novedades de este concepto de sala están la visión periférica e inmersiva mediante paneles luminosos led Ice Immersive en las paredes laterales, que comple-

mentan la gran pantalla y facilitan la inmersión en la película; un sonido envolvente gracias a la tecnología Dolby Atmos, que permite apreciar hasta 128 objetos sonoros simultáneos; una mayor nitidez, gracias a los proyectores RGB Láser 4K; unas butacas más confortables, 100% reclinables de gran amplitud y una distribución de la sala con grada en curva para una visibilidad óptima desde cualquier butaca de la sala.

Movilidad urbana

TMB pone en marcha el primer autobús de hidrógeno de España



El pasado 7 de abril, los usuarios ya pudieron desplazarse con el nuevo autobús de hidrógeno, puesto en marcha por TMB, el primero de este tipo que presta servicio en España. Este vehículo está producido por Caetano y reposta en una nueva planta de hidrógeno verde que Iberdrola instaló en Barcelona. Este es el primero de los ocho autobuses que TMB pondrá en marcha durante los próximos meses. Esta es la primera vez que se genera en Espa-

ña este tipo de vector energético renovable para uso comercial y con capacidad para flotas, por lo que TMB e Iberdrola se convierten así en pioneras en la descarbonización de la movilidad urbana pesada. La línea cubierta por el nuevo autobús de hidrógeno es la X1, el servicio semidirecto XpresBus que conecta el centro de la ciudad con Francesc Macià y Glòries. Para 2025, TMB incorporará un total de 46 autobuses de este tipo.

Limpieza del hogar

KH Lloreda inicia la comercialización de KH7 en Estados Unidos



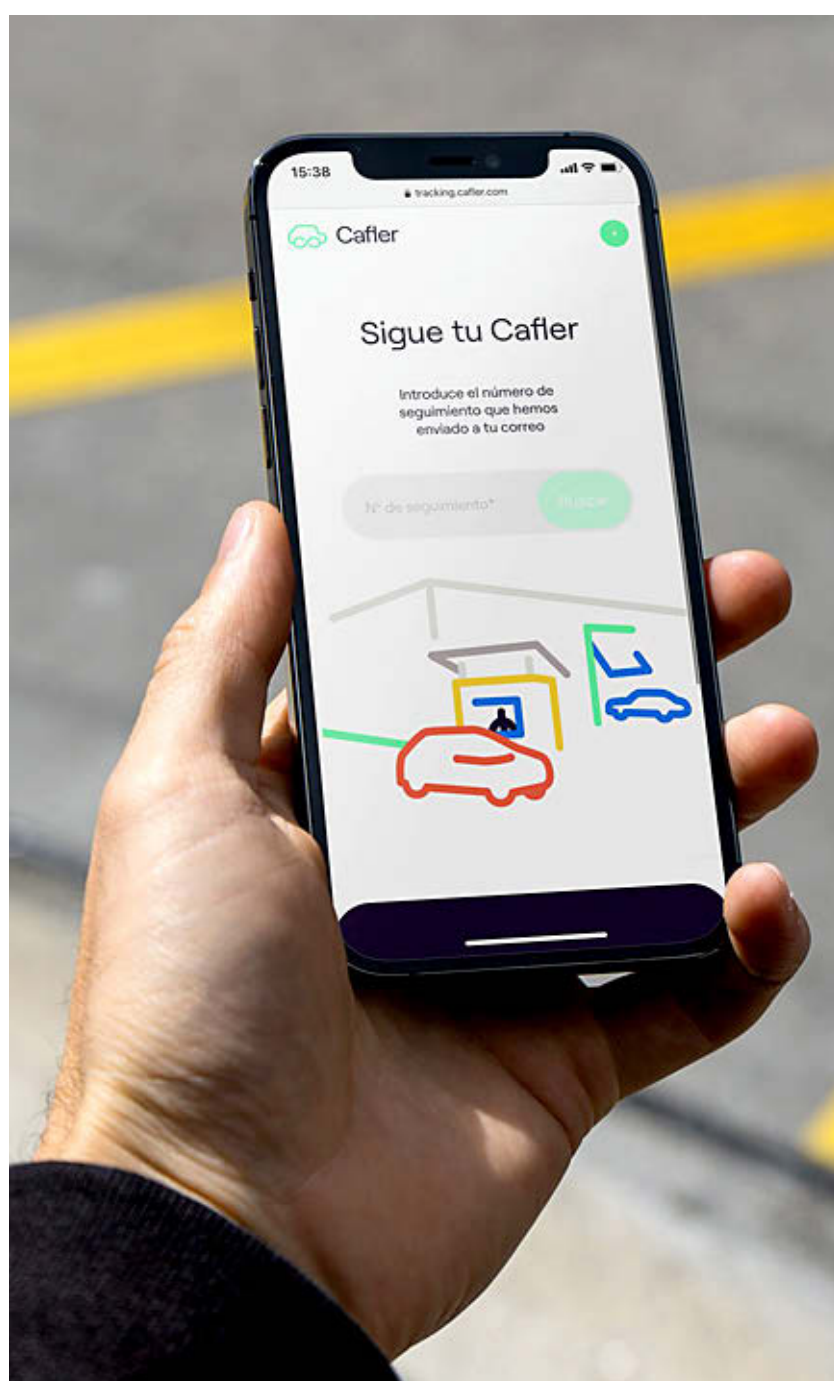
KH Lloreda, la empresa propietaria de los productos de limpieza del hogar KH7, aterriza en Estados Unidos. La compañía de Josep Maria Lloreda entra en el país norteamericano de la mano del gigante estadounidense de tiendas de consumo Walmart, que colocará en los lineales de sus 900 *supercenters* -los establecimientos más grandes- los productos KH7 SuperDegraser, el quitagrasas líder en España. El acuerdo con el *retailer* número uno del mun-

do se enmarca en el plan de expansión internacional de la compañía de Canovellas (Valles Oriental, Barcelona), que ya abrió una filial en el país hace dos años y medio para realizar las primeras pruebas de lanzamiento a pequeña escala a través de Amazon US y de la cadena texana de supermercados, La Michoacana. KH Lloreda ha lanzado a finales de abril una campaña protagonizada por *influencers* y creadores de contenido locales.

Cafler cierra una ronda de cinco millones de euros para crecer

Cafler ofrece servicios bajo demanda relacionados con el vehículo para empresas y particulares. La compañía nació el año pasado, empezó a facturar en junio del mismo ejercicio y ya está presente en 30 ciudades españolas, Londres y París, con previsión de alcanzar Berlín y Milán este mes.

Álex Soler. Fotos: eE



Plataforma de Cafler.

Demasiadas veces pensamos que está todo inventado, pero luego aparecen compañías emergentes que destacan con una propuesta cuyo atractivo radica en su simpleza. A partir de esa idea, desarrollan un modelo de negocio de éxito, que normalmente busca satisfacer, de un modo sencillo, las necesidades de las personas, la sociedad o las empresas. Cafler es uno de estos casos, una compañía que ofrece servicios bajo demanda para todo lo relacionado con el coche, tanto para empresas como para particulares. Iñigo Diego, consejero delegado de Cafler, explica que lo que la empresa hace, esencialmente, “es cambiar la forma en la que nos relacionamos con los vehículos”.

Esto lo hacen prestando servicios alrededor de los mismos. “Entendemos que llevarlo al taller o a lavar aporta muy poco al conductor y Cafler es capaz de hacer eso por ellos de una forma eficiente, económica y satisfactoria”. Diego detalla que “trabajamos con un modelo B2B y B2C, con concesionarios, talleres, flotas de empresas, etc., pero también a particulares”. En el caso de las empresas, muchas veces Cafler se ofrece para llevar a cabo estos servicios a los clientes de dichas empresas. Como ejemplo, Iñigo Diego explica que “si un concesionario Renault ofrece a sus clientes la opción de ir a buscar el coche a su casa para pasar el mantenimiento, hacemos nosotros el servicio de forma eficiente”. La idea de Cafler es poder llegar a realizar todos los servicios, desde ir a pasar la ITV, uno que ya ofrecen, al transporte del vehículo a cualquier lugar, pasando desde el taller hasta la casa de un familiar o amigo para que lo usen ellos.

Cafler nace en 2021 de la mano de Ricard Guillem, un joven emprendedor de 16 años. “Guillem vio la necesidad y se puso a desarrollar un modelo para ayudar a satisfacer la de sus clientes”, dice Diego, que entró con la primera ronda de financiación, de 200.000 euros, para empezar a trabajar. “A partir de ahí desarrollamos todo lo demás”, apunta el consejero delegado de la empresa. “Primero empezamos con el modelo B2B y ahora hemos lanzado el B2C, empezando por pasar la ITV, un servicio que ofrecemos por 9,99 euros”, añade. El directivo considera que su compañía es “una empresa tecnoló-



Ricard Guillem (izquierda) e Iñigo Diego, cofundadores de Cafler.

gica" porque "hemos desarrollado algoritmos para que todo sea lo más eficiente posible". Actualmente también ofrecen a particulares transportar el coche al taller de confianza o buscar uno a través de sus socios.

Internacionalización

Cafler no habla de ingresos porque aún es muy pronto, pero Iñigo Diego admite que "crecemos a ritmos del 60% mensuales". Además, el directivo asegura que "nuestro negocio es rentable porque los costes son bajos y conforme tenemos volumen nuestra tecnología se encarga de hacerlo del modo más eficiente". Cafler contrata a todos los conductores, adaptando la duración de la jornada a la necesidad del trabajador, pasando de jornadas completas a parciales para la conciliación familiar u otras necesidades.

Este modelo de éxito les ha llevado a operar ya en más de 30 ciudades de toda España y a desembarcar en Londres y París, esta última representando ya tanto volumen de operaciones como por ejemplo Barcelona. "Este mes llegaremos a Berlín y Milán", dice Diego, que detalla que "la acogida B2B y B2C es muy buena porque en el centro de las ciudades cada vez es más difícil encontrar servicios y el consumidor da mucho más valor a nuestro servicio". Con socios de calado como Michelin y Bridgestone, desde Cafler aseguran que han alcanzado la rentabilidad ya en algunas ciudades y que proyectan alcanzarla en muchas más este año.

"Al principio es difícil por cuestiones de volumen", admite Diego.

Ronda de financiación

Los objetivos de Cafler para este año, en palabras de su consejero delegado y cofundador, son "la consolidación de los cinco países en los que estamos en Europa, llegar a más ciudades y desarrollar bien nuestra tecnología con una aplicación que lanzaremos para que el cliente pueda pedir los servicios,

65

La plantilla de Cafler alcanza ya los 65 empleados tan solo un año después de empezar a trabajar

que además servirá como base de datos". Para ello, Cafler ha cerrado una ronda de financiación de cinco millones de euros que se destinarán a estos objetivos. Parte del montante total también se destinará al desarrollo del producto y a la contratación de equipo, que ya alcanza las 65 personas.

Cafler crece a ritmo rápido y sostenido con el objetivo final de "ser el referente cuando un consumidor necesite cualquier servicio relacionado con su coche. Que cuando quiera pasar la ITV, cambiar neumáticos o llevarlo al taller pida un Cafler. Que tengan la app y nos tengan presentes", acaba Diego.

Gestión horaria

Grupo Spec cierra 2021 con una facturación de 8,7 millones



Grupo Spec, la tecnológica catalana especializada en soluciones de control horario y accesos, que opera en España, Portugal y América Latina, registró un crecimiento del 5% durante el pasado año 2021 y superó los 8,7 millones de euros de facturación. Del mismo modo, la compañía registró cifras positivas en lo que se refiere al beneficio antes de impuestos. Dicho indicador se incrementó en un 22% con respecto al año anterior y ha alcanzado 1,6 millones de euros. Con los nuevos clientes que Grupo Spec ha captado en este último año, amplía el número de instalaciones y supera la cifra de 13.000 en diferentes sectores. La empresa, que está formada por un total de 92 empleados, ha percibido un continuo cre-

cimiento a nivel de usuarios de sus aplicaciones, que ascienden ya a más de cuatro millones. En cuanto a las previsiones para este año, la compañía destaca el crecimiento del 50% de la plantilla de I+D de *software*. Se trabajará en una versión completamente renovada de la aplicación Spec Manager, solución especialmente desarrollada para grandes cuentas. Asimismo, se incorporarán nuevas funcionalidades en la aplicación netTime y se lanzará un nuevo terminal de control de horario y accesos para interperie. Otro de los lanzamientos destacados será la nueva aplicación móvil con funcionalidades similares al Portal del Empleado que facilitará las gestiones de empleado y empresa.

Alimentación animal

Dogfy Diet inaugura instalaciones para expandirse por Europa



Dogfy Diet, la marca de alimentación casera para perros basada en un modelo de suscripción mensual, acaba de inaugurar sus nuevas instalaciones en Terrassa (Barcelona) para ampliar su capacidad productiva y logística. La nueva sede, de más de 3.000 metros cuadrados, ha sido diseñada a medida de la compañía incorporará la tecnología y la robótica más avanzada. Las nuevas instalaciones serán cruciales para que Dogfy Diet pueda seguir con su ritmo de crecimiento actual, que la ha llevado a facturar más de tres millones de euros en España en su segundo año de actividad y a producir 30.000 envases al día. En 2022, prevé cua-

druplicar esta cifra y superar los 12 millones de euros de facturación.

Después de consolidar su presencia en España y demostrar el éxito de su modelo de negocio, basado en la suscripción mensual, Dogfy Diet apuesta ahora por escalar en el extranjero y exportar sus servicios fuera de España. Desde enero de 2022, Dogfy Diet ya está presente en Francia y durante el próximo semestre, prevé comenzar a operar ya en Alemania e Italia, con el objetivo de convertirse en la empresa referente en comida casera para perros en Europa, después de haberlo logrado ya en España.

Para clústeres

Catalunya capta el 32% de la primera línea de fondos europeos



Catalunya ha captado el 32% de la primera línea de ayudas de los fondos Next Generation dirigida a los clústeres del Estado. Según cálculos de Acció, 16 clústeres catalanes han conseguido 6,3 millones de euros, que irán destinados a las empresas que forman parte para desarrollar conjuntamente proyectos transformadores de innovación tecnológica. Se trata de la línea de Agrupaciones Empresariales Innovadoras convocada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y dotada con los fondos Next Generation. En concreto, los clústeres catalanes que ha accedido son Modacc, el sector de la moda; Cenfirm, de equipamiento del hogar; Catalana Water Part-

nership, de agua; Solartys, de energía solar; el Clúster de Salud mental; Innovi, vitivinícola; Indescat, del deporte; Innovacc, de carne y proteína alternativa; CIAC, de automoción; CEEC, de energía eficiente; Kid's Cluster, infantil; el Clúster Digital; Femac, de medios de producción agrícola; Smartech Clúster y Secpho. Con estas ayudas, las empresas miembros de los clústeres impulsarán proyectos como la robotización del sector textil, la digitalización del porcino, el desarrollo de tecnología *blockchain* para prevenir fraudes en el mundo vitivinícola o la aplicación de la inteligencia artificial en el tratamiento de enfermedades mentales.

Industria cárnica

Metalquimia inaugura una nueva nave de fabricación de equipos 4.0



La empresa Metalquimia, especialista en equipos y tecnología de proceso para la elaboración de productos cárnicos cocidos, marinados, curados y *snacks*, inauguró en abril su nueva nave de montaje para Plantas de Proceso 4.0 para elaborar productos alimentarios a partir de proteínas alternativas en Palol de Revardit, Girona. Coincidiendo con su 50 aniversario y con una inversión de 2,5 millones de euros, en la nueva nave se producirán las

nuevas tecnologías desarrolladas por Metalquimia y que se presentarán en la próxima edición de la fira IFFA de Frankfurt, la muestra líder mundial en tecnología para carne y proteínas alternativas. La nueva nave de montaje de Metalquimia está situada en Palol de Revardit, al lado de las instalaciones actuales de la empresa y cuenta con una superficie de 5.000 metros cuadrados. En este caso, la planta se centrará en el montaje de nuevos equipos propios.

Finanzas

Unibo cierra una ronda de financiación de 600.000 euros



Unibo, neobanco creado específicamente para profesionales inmobiliarios, cerró en abril su segunda ronda de inversión por un importe de 600.000 euros en la que se ha dado entrada a nuevos socios estratégicos, así como la oportunidad a los anteriores inversores de reforzar sus posiciones. Como complemento a esta ronda, y en respuesta al interés mostrado por los agentes del sector en participar en el proyecto, se creó un *crowdfunding* para ad-

ministradores de fincas colegiados. La ronda lanzada por la entidad, que ya finalizó una operación similar en noviembre de 2021 de 500.000 euros con la que consiguió acelerar su lanzamiento en España, estuvo liderada por Draper B1 y han acudido a ella varios despachos de administradores de fincas de diferentes comunidades autónomas. Además, completaron la operación varios *business angels* e inversores privados.

Formación

La primera universidad del metaverso inaugura su sede virtual



Las dependencias de trabajo de la sede de Metaverse University se inauguraron en abril contando con el metaverso Nubi.City, configurando así la primera universidad del mundo que tendrá su ubicación en el metaverso, es decir dentro del universo digital, pero que fundamentará la formación en un formato híbrido, ya que la presencialidad se considera un elemento crítico en la enseñanza de los seres humanos. El proyecto ha sido creado por el emprendedor

Àlex Moga a través de su empresa Horizon Metaverse, que ha identificado, mediante su plan de negocio, que un 6% de los jóvenes en edad universitaria no quieren formarse en la universidad convencional porque no les asegura un puesto de trabajo. La enseñanza en el universo digital con avatares de los diferentes alumnos espera poder cerrar la segunda ronda de financiación el próximo mes de julio, con la captación de 465.000 euros.

'Fintech'

Qonto levanta cinco millones en su primera ronda participativa



Qonto, solución para la gestión financiera de empresas, levantó, en seis horas y media, cinco millones de euros en la primera ronda de financiación participativa llevada a cabo por un unicornio europeo. El neobanco establecía de inicio un objetivo de un millón de euros para esta operación, si bien se amplió gracias a la buena acogida entre sus clientes. De esta manera, la compañía refuerza la relación existente entre su comunidad sobre una sóli-

da y comprometida red de empresarios y autónomos. Más de 1.800 clientes participaron en la campaña. La cantidad alcanzada muestra el fuerte compromiso de la comunidad de Qonto. De hecho, Crowdcube consideró a la compañía como el cliente europeo que más rápido ha levantado cinco millones de euros en Europa; haciendo partícipes de su éxito a sus más de 220.000 clientes en España, Francia, Italia y Alemania.

Supermercados

Aldi termina la ampliación de la plataforma logística de Masquefa



Aldi finalizó en abril las obras de su plataforma logística de Masquefa, Barcelona, iniciadas a mediados del pasado año y que suponen una ampliación de más de 13.000 metros cuadrados respecto a los 35.890 metros cuadrados de superficie construidos que tenía inicialmente la plataforma. Esta actuación, que se ha llevado a cabo para apoyar el crecimiento de la compañía, principalmente, en Catalunya y las Islas Baleares, permitirá expedir hasta un millón

de palés al año, un 65% más de los que absorbió la compañía el año pasado. La ampliación responde al fuerte plan de expansión previsto para los próximos años en el país y que, solo en 2022, ya contempla la apertura de cerca de 50 nuevos establecimientos. En este sentido, con una superficie de casi 50.000 metros cuadrados construidos, la plataforma actual permitirá dar servicio a más de 100 supermercados Aldi repartidos por varias comunidades.

Seguridad vial

El 47% de los motoristas consideran peligroso circular por Barcelona



El RACC presentó el *Estudio RACC del uso de la motocicleta en Barcelona*, un informe que analiza en profundidad los hábitos y comportamientos de las personas que se desplazan en motocicleta y ciclomotor por la ciudad y evalúa su perfil y su percepción del entorno. El dato más alarmante del estudio es que casi la mitad de los encuestados consideran peligroso circular con moto en Barcelona y el 53% cree que los giros en cruces con carriles bici de do-

ble sentido son inseguros. En Barcelona la presencia de la moto es muy elevada, con un parque de 271.900 motocicletas, un 33% del parque móvil total. La moto es, junto a la furgoneta, el único medio de transporte que ha crecido en la ciudad catalana durante la última década. Con 0,17, Barcelona es la ciudad europea con una relación de motos por habitante más alta de Europa, incluso por delante de Roma, con 0,13.

Sector primario

El sector agroalimentario representa el 19% del PIB catalán

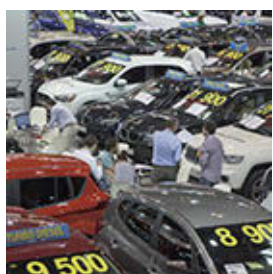


El sector agroalimentario representa el 19% del PIB y se consolida como el más importante de la economía catalana. En su conjunto, el sector agroalimentario genera una facturación agregada de 43.088 millones de euros y ocupa 177.031 trabajadores. Estas son algunas de las conclusiones más destacadas del estudio *El sector agroalimentario en Catalunya*, elaborado por Acció y Prodeca coincidiendo con la celebración, el mes pasado, de la feria Alimen-

taria y que analiza los principales datos del sector tomando como muestra el año 2019, el último disponible. El sector agroalimentario en Catalunya está formado por dos grandes ámbitos. Por un lado, lo conforman las más de 57.000 explotaciones agrícolas, ganaderas y de pesca del sector primario, que generan 4.690 millones. Por otro lado, el grueso del sector se encuentra en la industria de la alimentación y las bebidas.

Automoción

El mercado de coches de ocasión cayó un 2,5% en el primer trimestre



El mercado de automóviles de ocasión cayó en Catalunya un 2,5% el primer trimestre en comparación con el mismo período del año anterior. En total, se vendieron 63.159 unidades durante los tres primeros meses del año, según datos de las patronales Faconauto, de concesionarios y Ganvam, de distribuidores. En el mes de marzo, la caída fue del 7,5% en la región hasta las 24.131 transferencias. Catalunya arrastra la misma tendencia que el mercado

de ocasión nacional, que ha caído un 1,8% durante el primer trimestre con un total de 449.086 unidades, lo que supone volver a niveles de 2020, cuando el inicio del confinamiento empezó a hacer mella en la actividad comercial. Por tramos de antigüedad, la caída más significativa fue la de los coches de entre uno y tres años, con apenas 26.614 unidades vendidas a nivel español, lo que supone un desplome del 42,9% en el primer trimestre.

Nutrición e innovación

Damm logra resultados récord con 1.488 millones de facturación en 2021



El Grupo Damm superó en 2021 los resultados pre-pandemia con una facturación de 1.488 millones de euros y un beneficio neto de 121,3 millones, lo que supone un incremento de las ventas del 7,5% respecto a 2019, cuando la firma ganó 120 millones y las mejores cifras de su historia. La mejora de ingresos es del 21,5% si se compara con 2020 y el beneficio neto se triplica frente a los 40,5 millones de 2020. La firma cervecera, que es líder en la elabora-

ción, envasado y distribución de bebidas en la Península Ibérica, y con presencia en el sector logístico, restauración (Rodilla y Hamburguesa Nostra) y alimentación (Ebro Foods), aumentó también su plantilla en 393 personas, alcanzando los 5.100 empleados en todo el mundo. Los resultados se someterán a aprobación en la próxima junta de accionistas de la compañía, que se celebrará en la Antigua Fábrica Estrella Damm de Barcelona en mayo.

Moda

Mango amplía su financiación y la vincula a criterios de sostenibilidad



Mango ha refinanciado deuda y la ha vinculado por primera vez en la historia de la compañía a criterios ESG (medioambiente, social y buen gobierno corporativo), además de ampliar las opciones para obtener recursos financieros para su operativa y crecimiento. En una operación rubricada en abril, la firma de moda, que cerró 2021 con beneficios en máximos de casi una década y con deuda neta cero, consigue alargar el calendario de pagos de sus com-

promisos financieros, mejora el precio de su deuda, duplica la disponibilidad de líneas *revolving* de circulante e introduce criterios de sostenibilidad, uno de los vectores de desarrollo de la industria de la moda. En concreto, Mango ha acordado con su *pool* bancario extender hasta 2028 el calendario de vencimientos (previstos hasta ahora para 2022 y 2023) de su principal préstamo sindicado, con un saldo vivo de 236 millones de euros.

Vivienda

Flatio entra en el alquiler de larga estancia en Catalunya y España



La plataforma checa de alquiler de viviendas de larga estancia, Flatio, ha desembarcado en España con el objetivo de convertirse en la plataforma número uno en cifras de inquilinos para nómadas digitales y trabajadores remotos en regiones como Barcelona, Madrid, Málaga, Valencia, Islas Canarias, Sevilla y Mallorca para 2026. La compañía, especializada en poner en contacto a arrendadores e inquilinos cumpliendo los requisitos legales de cada lu-

gar, ofrece contratos de entre 15 días y un año que se tramitan telemáticamente. "Según nuestros datos internos, normalmente, los inquilinos piden contratos de entre uno y cuatro meses, ya que generalmente, nos buscan nómadas digitales y trabajadores remotos que planean mudarse a un país y vivir allí durante algunos meses", explicó a *elEconomista* el consejero delegado de la compañía, Radim Rezek. Los contratos se pueden ampliar si hay acuerdo.

Alimentación verde

Heura levanta casi 4,5 millones de euros en un día



La *startup* catalana Heura, especializada en alternativas vegetales a la carne, levantó casi 4,5 millones de euros en un día entre casi 5.000 pequeños inversores a través de una campaña de *crowdfunding*, según ha explicado a *elEconomista* el consejero delegado y cofundador de la empresa, Marc Coloma. La compañía superó ampliamente sus expectativas iniciales, que pasaban por captar un millón de euros, y utilizará estos recursos para mudarse durante es-

te año a una sede mayor, sin dejar Barcelona, en la que potenciar su laboratorio de innovación y convertirse en "referente global de la transición proteica y líder en Europa". Así, la compañía prevé trasladarse a un espacio 20 veces mayor que el actual, que está ubicado cerca de la Sagrada Familia de la capital catalana, para ocupar parte de un gran edificio en el que la plantilla total se duplicará en 2022, hasta los 200 profesionales.



ERNEST SÁNCHEZ

El 'managing partner' de Nuclio explica el estado actual de la compañía, en qué se basa su modelo de ecosistema y analiza los objetivos para este ejercicio 2022.

Por Álex Soler Fotos: Luis Moreno

Nuclio espera crecer notoriamente durante los tres próximos años con su modelo de ecosistema

No es fácil emprender. Además de una idea, se requiere de financiación y acceder a ella, pese a que abundan los titulares sobre rondas de financiación o inversiones, no es lo más habitual. Lo que hace de un territorio una cuna de *startups* son las propias compañías, su capacidad de atraer talento y el propio emprendimiento del talento local. En ese sentido, Nuclio es una

de esas compañías que contribuye a que Catalunya y Barcelona estén en la cabeza en cuanto a innovación y tecnología. Fundada en 2016, Nuclio es, en palabras de Ernest Sánchez, managing partner de la compañía, "una fábrica de empresas y un ecosistema de empresas". Puede parecer complicado, pero Sánchez rápidamente disipa las dudas. "Nuclio es una fábrica de empresas que crea

dos tipos de compañía: *startups* de distintos verticales o que atacan a diferentes sectores, como las finanzas o la salud, o las compañías llamadas Nuclio, como la Nuclio Digital School, compañías necesarias para crear este ecosistema”.

Este ecosistema, como bien dice el directivo, “tiene a Nuclio en medio”, pero cuenta con nombres como la Nuclio Digital School, para formar talento, Nuclio Venture Builder, para crear compañías a partir de ideas de negocio validadas en otros mercados, Nuclio Talent, “una empresa de recursos humanos especializada en talento digital que trabaja para grandes empresas, pymes y *startups* y nos da mucha visibilidad y capacidad para retener el talento”, o Nuclio Digital Plus, una consultora para adaptar la innovación a empresas. “Todo lo que empieza por Nuclio es parte del ecosistema emprendedor. Lo que creamos por debajo, a través de Nuclio Venture Builder, son *startups*”, dice Sánchez.

Esta fórmula del ecosistema nace a partir de 2020, cuando la empresa decidió dar un cambio estraté-

empresas y levanto ocho rondas de financiación por un valor de 13 millones de euros.

Experiencia para minimizar riesgos

Nuclio gana dinero de dos formas. La primera es “creando compañías”. “Las compañías las fundamos nosotros, seleccionamos al equipo emprendedor, que acaban siendo cofundadores con nosotros y les damos una parte de la empresa. Como cofundadores y propietarios de las empresas, cuando crecen y generan dinero ganamos dinero”, explica Sánchez. “Por otro lado también ganamos cuando vendemos participaciones de la empresa o su totalidad. Cuando hay rondas de financiación y entran nuevos inversores ganamos dinero o si la empresa se vende completamente a un tercero, también. Financiarnos todo este recorrido hasta que generamos valor activo”, acaba.

En ese sentido, invertir siempre es arriesgado y no está garantizado que cada creación de la compañía vaya a crecer lo suficiente como para ganar di-

Nuclio ha creado un conjunto de empresas para formar y retener el talento

Nuclio prevé crear entre tres y cuatro nuevas compañías durante este año y facturar 55 millones de euros



gico. “Nos da más valor a las compañías que creamos. Hasta 2020 nos centramos en la parte de crear compañías y, a partir de entonces, empezamos a crear este ecosistema”, detalla Sánchez.

Entre las empresas del ecosistema y las emergentes creadas por Nuclio, la compañía ingresó 21 millones de euros, un 160% más respecto a 2020, y creó 270 nuevos puestos de trabajo, alcanzando un total de más de 540 empleados, cifras que seguirán mejorando este año con una previsión de alcanzar los 55 millones de euros. Aunque Sánchez reconoce que “no esperamos multiplicar por tres la facturación como se espera este año”, sí asegura que “esperamos que los próximos tres años sean muy relevantes. Cada vez creamos más compañías y a medida que crecen su curva de facturación aumenta”. Asimismo, el directivo expone que posteriormente “venderemos compañías más maduras y luego montaremos otras más pequeñas, con lo que seguiremos creciendo, pero estaremos más estabilizados”. El año pasado Nuclio creó cuatro nuevas

empresas. No obstante, Nuclio minimiza el riesgo con su experiencia. “Los fondos de inversión solo invierten, nosotros creamos, tenemos una participación relevante en las compañías y diversificamos. Algunas pueden fracasar, pero mientras la tasa de fracaso en el mundo emprendedor es muy alta, la nuestra no supera el 30%, nuestro modelo del ecosistema tiene éxito”, apunta el directivo.

Para este año 2022, los objetivos de Nuclio pasan por ser “bastante incipientes” en la tecnología *blockchain* y seguir fuertes en los sectores de la salud y la educación. Nuclio tiene planes de lanzar videojuegos que se valen de la tecnología *blockchain* para gestionar NFT dentro del juego con la máxima transparencia en un sector al que ven muchísimo potencial. Este mes, además, celebran el Nuclio Weekend de Madrid, un evento en el que captar talento y seleccionar cofundadores para hasta siete proyectos para distintos verticales. “Este año esperamos crear entre tres y cuatro empresas”, acaba.

Videojuegos y NFT, una unión con mucho potencial

Una de las empresas creadas por Nuclio recientemente es Games for a Living (G4AL), lanzada el pasado mes de febrero con el objetivo de desarrollar videojuegos con tecnologías ‘*blockchain*’ que cerró una ronda de 1,2 millones de euros. Su primer lanzamiento será en junio un videojuego llamado ‘Elemental Raiders’, que permitirá a los usuarios ganar cripto tokens y NFT. El concepto de ganar dinero virtual o comprar elementos visuales o del juego, como pueden ser apariencias para el avatar o cartas de jugadores de fútbol no es nuevo, pero basar las transacciones en la tecnología ‘*blockchain*’ sí. Ernest Sánchez, ‘*managing partner*’ de Nuclio, explica que “las transacciones con esta tecnología son mucho más limpias y transparentes”. “Esto permite crear un entorno del juego basado en NFT donde hay modelos de pago para ganar donde la gente pueda invertir con dinero real en el videojuego y obtener recompensa en forma de cripto tokens o NFT”, añade. Más adelante lanzarán ‘*Millionaire Wars*’, que incorporará joyas en formato NFT, que podrán comprar y venderse entre jugadores para ganar más recompensas y progresar en el juego. Su último lanzamiento programado es ‘*World War II Meta*’, un juego de cartas intercambiables situado en la Segunda Gran Guerra.

La siniestralidad laboral sube un 21% con la vuelta de la actividad

No por previstos los datos dejan de ser preocupantes y se confirma que en 2021 subieron en Catalunya los accidentes en el trabajo, aunque se contaron menos víctimas mortales respecto a 2020. Los primeros datos de 2022 confirman una significativa subida de los siniestros mortales en las empresas catalanas.

Álex Soler.



Los accidentes laborales repuntaron en 2021. Luis Moreno

Los accidentes laborales son una de las lacras que sindicatos y empresas luchan por eliminar cada año. Como cada ejercicio, el sindicato CCOO presentó el informe *Balance de Salud Laboral 2021* con los últimos datos disponibles, los del año pasado. Según las cifras presentadas por el sindicato, extraídas del Departamento de Empresa y Trabajo de la Generalitat de Catalunya, en total se registraron 90.971 accidentes laborales con baja en Catalunya el año pasado, de los cuales 90.417 fueron leves, 485 fueron graves y 69 fueron mortales. Según estas cifras, el total ascendió un 21,04% respecto a 2020 y las leves y las graves hicieron lo propio en un 21,17% y en 6,83%. Los mortales, por su parte, retrocedieron un 12,66% en un año que significó la vuelta a la actividad tras un 2020 que, con la pandemia (ver gráfico de la página siguiente), se registró una caída de todas las cifras respecto a 2019 por la detención de la movilidad y muchos sectores durante el estado de alarma.

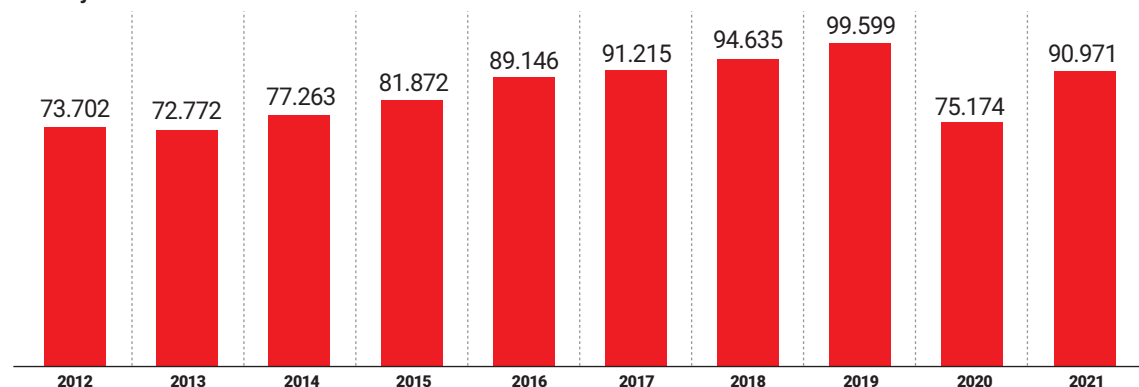
Según CCOO, los datos relativos a los accidentes mortales son positivos, pero aun así Catalunya sigue en "niveles elevados" de accidentes laborales en comparación con los años precedentes. De hecho, los accidentes mortales caen tras un 2020 en el que se sufrió un "incremento extraordinario" de la mortalidad por accidentes laborales, pero suben respecto a 2019 en cuatro fallecimientos. Son cifras, sin contar la de 2020, que no se alcanzaban desde 2015. En cuanto a los accidentes totales, en jornada laboral, in itinere, con baja y sin baja ascendieron el año pasado hasta los 107.673, un 21% más que el año anterior. Como apunta Mónica Pérez, responsable de salud de CCOO, estos números demuestran que los empresarios siguen "poniendo en peligro a los trabajadores".

Empresas sin plan de prevención de riesgos

Tanto es así, que el 17% de las empresas catalanas carecen de un sistema de prevención de riesgos laborales, pese a que la ley obliga a todas las compañías a tener uno adaptado a sus características velando por la seguridad de sus trabajadores. Es el equipo técnico que debe asegurarse de tener el plan el que, por ejemplo, debe decidir si se continúan usando o no las mascarillas en el centro de trabajo aho-

Accidentes de trabajo en Catalunya en jornada e In Itinere

Con baja



Fuente: Departamento de Empresa y Trabajo de la Generalitat de Catalunya.

elEconomista

ra que la ley permite retirarlas en interiores. Además, la gran mayoría de las compañías que sí cuentan con un plan de prevención de riesgos laborales lo tienen externalizado, con las empresas dedicando apenas seis horas y media al año a revisar su protocolo de actuación y sus infraestructuras. De media, las empresas catalanas dedican casi 22 horas anuales a revisar todo aquello relacionado con los riesgos laborales. Mónica Pérez denunció que el sistema actual "permite a las empresas incumplir fácilmente la normativa" y alertó que "hay poca prevención y de baja calidad".

En cuanto a la externalización del servicio de prevención de riesgos, según los datos de CCOO, tres de cada cuatro empresas recurren a esta fórmula,

Solo una de cada cuatro empresas tiene un plan específico de prevención.

dejando lo que se traduce en protocolos muy genéricos, sin adaptación a las características de su actividad y a un control "meramente documental". Una de cada cuatro sí tiene un plan diseñado específicamente según sus características. La ley dice que las empresas con más de 500 trabajadores no pueden externalizar este servicio, pero según CCOO, un 15,9% de estas compañías incumplen deliberadamente la ley.

Trabajar conjuntamente por un fin común

Desde el Govern, Òscar Riu, director general de relaciones laborales de la Generalitat, valora para *elEconomista* estos resultados como negativos. "Siempre que se habla de accidentes laborales no se puede hacer una valoración positiva porque hay alguien que sufre un accidente, ya sea leve, grave o mortal". "Para la Generalitat es una mala noticia y

tenemos que trabajar para eliminarla", añade. Riu apunta que se están haciendo esfuerzos conjuntos con la puesta en marcha de la Estrategia Catalana de Seguridad y Salud Laboral 2021-2026, surgida de un acuerdo entre las patronales Pimec y Foment, el mismo gobierno catalán y los sindicatos CCOO. "Es la primera vez que se construye una acción entre todos los agentes", dice Riu, que detalla que además el Govern "les da una dotación directamente para que trabajen en prevención". Esta dotación es de dos millones de euros que se suman a los 10 que ya daba la Generalitat a sindicatos y patronales para esta materia.

Según explica Òscar Riu, esta estrategia se basa en el análisis, la negociación y la actuación conjunta. "Lo que hacemos es trabajar juntos, nos reunimos, analizamos la situación actual y vamos construyendo y tomamos decisiones juntos". Riu admite que "con la vuelta de la actividad tras la pandemia hemos visto como los accidentes han aumentado y vemos que hay factores que inciden en estos accidentes". "Debemos seguir esta estrategia para analizar qué está pasando y mejorar", añade. El director general de relaciones laborales alega, sin embargo, que "la prevención no es solo cosa de empresas y empresarios, también de trabajadores". "Tenemos que dar todos un salto adelante, la sociedad general tiene que tener claro que la prevención es cosa de todos", expone Riu antes de sumar que "la estrategia también busca crear esta nueva cultura que de esta visión global a la sociedad". No obstante, reconoce, "no debemos culpabilizar a nadie, sino que tenemos que trabajar toda la sociedad en su conjunto".

Según Riu, la estrategia se encuentra "en los primeros meses de implantación y está viva buscando problemas, analizándolos y proponiendo soluciones donde vemos que hay más problemas o en sectores de nueva creación". Desde la Generalitat consideran que la relación entre todos los actores que

Tarragona, la provincia en la que más suben los accidentes

El total de accidentes subió en todas las provincias catalanas el año pasado, según los datos aportados por CCOO en relación con los registros del Departamento de Empresa de la Generalitat. Aunque por volumen, Barcelona alcanzó las cifras más elevadas, con 64.372 de los 90.971 accidentes contados el año pasado, fue en Tarragona donde más subieron, un 23,82% con un total de 9.619, casi 2.000 más que en 2020, cuando se registraron 7.718 accidentes. Tarragona registró más accidentes en todos los sectores, sobre todo en el servicios, con un 30,68% más hasta los 6.023 accidentes, el porcentaje más elevado para el sector servicios de toda Catalunya. Además, pese a que no empeoró el dato, Tarragona fue la única provincia de Catalunya en la que no mejoró la cifra de accidentes mortales. De hecho, con 11, igualó la de 2020, mientras que tanto en Barcelona, como en Girona y Lleida redujeron los accidentes mortales pese a recuperar la actividad, sobre todo Girona, reduciendo un 33,33% pasando de nueve en 2020 a seis en 2021. Tras presentarse los primeros datos de 2022, José Manuel Martín, secretario general de CCOO Industria de Tarragona, admite que "se observa una tendencia preocupante en lo referente a la precarización del trabajo en la industria química".



La industria química de Tarragona denuncia la precarización del trabajo. eE

ponen dan vida a esta estrategia “es muy buena” y confirman que “mensualmente analizamos las acciones que decidimos entre todos y seguimos está máxima de acuerdo para acordar los siguientes pasos para que no haya disonancia en ningún ámbito”. “Se intentan buscar acuerdos de máximos y de mínimos para aplicar la estrategia”, acaba Riu.

¿Cómo mejorar?

Según los agentes sociales, la estrategia conjunta con la Generalitat no es suficiente para alcanzar el objetivo final de todos estos planes: conseguir que no haya accidentes. Desde CCOO analizan todos los datos para proponer marcos de actuación con los que atacar varios de los aspectos que inciden en la siniestralidad laboral, como es, por ejemplo, la precariedad. El sindicato apunta que los accidentes en el trabajo están directamente relacionados con la precariedad laboral, “especialmente para las mujeres, las que siguen sufriendo más accidentes en iti-

nere por su elevada tasa de temporalidad y parcialidad”. En ese sentido, el sindicato plantea “vigilar e impulsar la nueva normativa de contratación derivada de la nueva reforma laboral, que puede actuar directamente sobre la temporalidad”. CCOO pide políticas de ocupación “sólidas y estructurales” para evitar la “pobreza laboral y el abuso de la subcontratación, la parcialidad y la temporalidad involuntaria”.

El sindicato también reclama un plan de choque con partidas presupuestarias concretas para atacar directamente a los incumplimientos empresariales. En este punto agradecen los esfuerzos con la estrategia definida por Òscar Riu, que “debe permitir desarrollar herramientas y acciones para revertir esta situación”. Aun así, instan a las autoridades competentes a realizar una reforma legal del modelo preventivo que priorice los recursos propios de las empresas antes que la externalización, que integre visión de género en la salud laboral, que tenga en cuenta la representación legal de los trabajadores y las trabajadoras y supere el carácter documental que existe actualmente en la prevención de riesgos laborales.

Los sindicatos mayoritarios de la región piden ser considerados como parte interesada en los accidentes laborales para ser participantes activos en



Hasta febrero de 2022 ya han fallecido 11 personas en accidente laboral en Catalunya.

el proceso de investigación de los accidentes mortales y CCOO reclama un “sistema que penalice las empresas que no cumplan con unos requisitos mínimos en la materia”.

Según el Ministerio de Trabajo del Gobierno de España, este año, a fecha del cierre del mes de febrero, ya han fallecido en el trabajo 11 personas en Catalunya, poco menos del 10% del total del país, que ya suma 136 personas fallecidas. En el caso catalán, estos 11 accidentes representan un 29,5% más que durante el mismo período del año pasado. En total, Catalunya suma ya 12.961 accidentes, en jornada e in itinere, de todas las características, siendo mayoría los producidos en jornada, 11.225, de carácter leve, 11.179. De las 11 personas fallecidas hasta finales de febrero de 2022, diez sufrieron el accidente en el centro de trabajo y solo una lo sufrió mientras se desplazaba al trabajo o volvía del mismo. En coherencia con su población, Barcelona es la provincia que más accidentes ha registrado este año de momento, con siete de los 11 fallecidos y 9.289 accidentes del total. Según el ministerio, la mayor parte de los accidentes mortales se producen por infartos o derrames cerebrales, accidentes de tráfico, atrapamientos, amputaciones y caídas.

Balance económico

BonÀrea facturó más en 2021, pero ganó un 15% menos



BonÀrea Corporación cerró 2021 con unos ingresos de 2.250 millones de euros, un 13,4% más respecto a 2020. Según la compañía, el ejercicio 2021 "fue muy complicado y atípico, con incidencia de los efectos de la pandemia, el encarecimiento de los productos energéticos y de las materias primas. No obstante, la empresa catalana consiguió mejorar sus ventas, motivadas por el aumento del volumen de piensos, combustible y facturación de las tiendas bonÀrea. La actividad más importante fue la venta de alimentación humana, con una facturación de 1.195 millones euros, un 0,4% más que el ejercicio anterior: el principal canal de venta fueron las tiendas bonÀrea, comercializando 943 millones de eu-

ros directamente al consumidor final y el resto de canales de distribución (Cash, Horeca, exportación, etc.) sumaron 252 millones. Otras actividades importantes de negocio fueron las de ingeniería y energía, con unas ventas de 492 millones de euros -destacando el suministro en las gasolineras bonÀrea- y de alimentación animal con 490 millones facturados en 2021. En cuanto a resultado neto, se situó en los 65,47 millones de euros, un 15% inferior y el flujo de caja en 106,8 millones, un 9% menos respecto al ejercicio anterior. La reducción de beneficios viene atribuida por los incrementos de la energía, gas y electricidad, así como también por una disminución de las exportaciones de ganado.

Inversiones

GCR Group adquiere la planta de Robert Bosch



GCR Group, compañía europea de fabricación de una nueva generación de soluciones sostenibles para la industria transformadora del plástico y marcas de gran consumo, formalizó en abril la adquisición de la planta de Robert Bosch en Castellet i la Gornal, en Barcelona. La operación, que se enmarca en un contexto de un plan de inversión total de 100 millones de euros, permitirá reindustrializar la planta para convertirla en un centro de reciclaje de plástico, que se estima que estará operativo a principios de 2023, una vez se concedan las autorizaciones administrativas pertinentes. La adquisición de la nueva planta forma parte de la estrategia de expansión

de GCR Group para consolidar su liderazgo a nivel europeo en el reciclaje de plásticos, con la sostenibilidad como motor de crecimiento. La compañía prevé triplicar su facturación anual en 2025. A su vez, este acuerdo estratégico continúa fortaleciendo la apuesta de GCR Group por el territorio, donde ya cuenta con tres grandes centros de producción propios ubicados en la Bisbal del Penedès, en Tarragona y en Barberà del Vallès. Con esta operación, GCR Group consolida su nueva etapa estratégica, iniciada con el nombramiento de Joan Prats como director general. La nueva hoja de ruta está basada en el lanzamiento de nuevos productos.

Salud dental

Grupo Phibo accede a los fondos europeos Next Generation



Grupo Phibo dará un impulso al desarrollo de piezas dentales en 3D gracias a los fondos de recuperación de la Unión Europea, conocidos como Next Generation. La compañía obtuvo el reconocimiento a su propuesta de innovación y desarrollo digital como una de las iniciativas a su propuesta de innovación y desarrollo digital como una de las iniciativas a las que dotar de presupuesto y tiene previsto invertir hasta 2,5 millones de euros para implementar el proyecto en un plazo de dos años. Este proyecto permitirá a Grupo Phibo, en los próximos años, desarrollar iniciativas relacionadas con el uso de la tecnología de impresión 3D y CAD/CAM para la rea-

lización de prótesis dentales a través de escaneado procedentes de las clínicas dentales.

Con la fabricación de prótesis dentales mediante impresión 3D se elimina el margen de error y el tiempo de tratamiento. Además, el número de visitas a clínica se reduce en un 50%. Grupo Phibo prevé dos años para la fase de desarrollo e investigación del proyecto y un crecimiento en las contrataciones de profesionales especializados. Para desarrollar el proceso de acceso a los fondos, Grupo Phibo contó con el asesoramiento de la Agencia Catalana para la Competitividad.

Un abril de iniciativas solidarias e impulso emprendedor

Abril no fue distinto de otros meses en términos de una actividad concentrada en la firma de convenios, alianzas y nuevos acuerdos. La novedad este mes fue su enfoque, con la mayoría apostando por la solidaridad y la voluntad de mejorar la salud y el bienestar.

Àlex Soler. Fotos: Luis Moreno / eE



El Ayuntamiento de Barcelona y Vueling impulsan un centro de innovación digital
Ambas partes impulsarán el Digital Aviation Innovation Talent Hub, para avanzar hacia la eficiencia energética y la sostenibilidad en la industria del turismo y el sector aeronáutico reforzando el posicionamiento de la ciudad.



ISS y la Caixa por el trabajo digno de la mujer

ISS y la Fundación La Caixa impulsaron la creación de puestos de empleo dignos para 130 mujeres de la India y Mozambique.



Sabadell dona 500.000 euros con Aces Solidarios

La entidad bancaria aprovecha el Barcelona Open Banc Sabadell - Trofeo Conde de Godó para donar dinero por cada ace a varias fundaciones.

La campaña 'Conviértete en el cambio que quieres ver' de Balfegó, premio a la sostenibilidad

La campaña fue galardonada con la medalla de bronce del Premio a la Sostenibilidad 2022 por Best!N Food, los únicos premios de *marketing* alimentario que se conceden en España y que van de la mano con la feria Alimentaria, llevada a cabo en Barcelona el mes pasado.



MediaMarkt se incorpora a Tech Barcelona

La compañía de distribución de electrónica de consumo y servicios, se incorpora a Tech Barcelona para consolidarse en el ecosistema digital.



El tiempo empuja el Sant Jordi más 'normal' tras el Covid-19

El balance de ventas de rosas y libros fue similar al de 2019, pero las tiendas sufrieron daños materiales por el tiempo y recibirán ayudas.



QuickTender lanza FoodGol, una guía gastronómica del fútbol catalán

El fútbol base de Catalunya mueve a 700.000 personas, por lo que hay miles de desplazamientos semanales. Para ellos nace FoodGol, con 500 locales.



Apoyo humanitario de Alliance Healthcare a Ucrania

La compañía está llevando a cabo diversas acciones para apoyar a las personas que están viviendo la crisis humanitaria de Ucrania por la guerra.



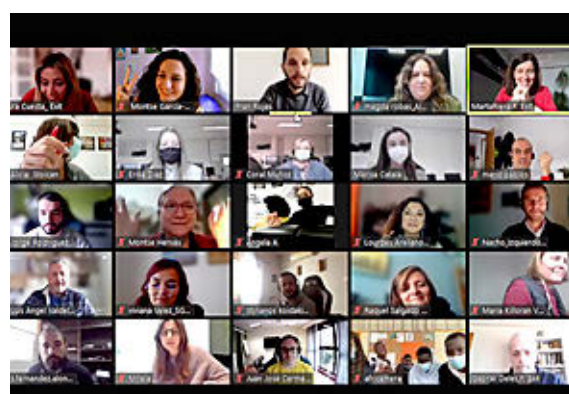
Arranca el segundo Catalunya Rural Hub

El proyecto, que ya acepta inscripciones y se celebrará en el mes de mayo, busca atraer el talento digital para combatir el despoblamiento en los entornos rurales de la región.



Biodramina, 70 años "disfrutando del viaje"

Tras siete décadas, la icónica marca continúa siendo un referente para los españoles en la prevención y el tratamiento de los síntomas del mareo durante los viajes.



Veintisiete se alían contra el abandono escolar y el paro

Empresas, centros educativos y entidades sociales catalanas coordinaron esfuerzos para orientar y motivar a los jóvenes a seguir con sus estudios.



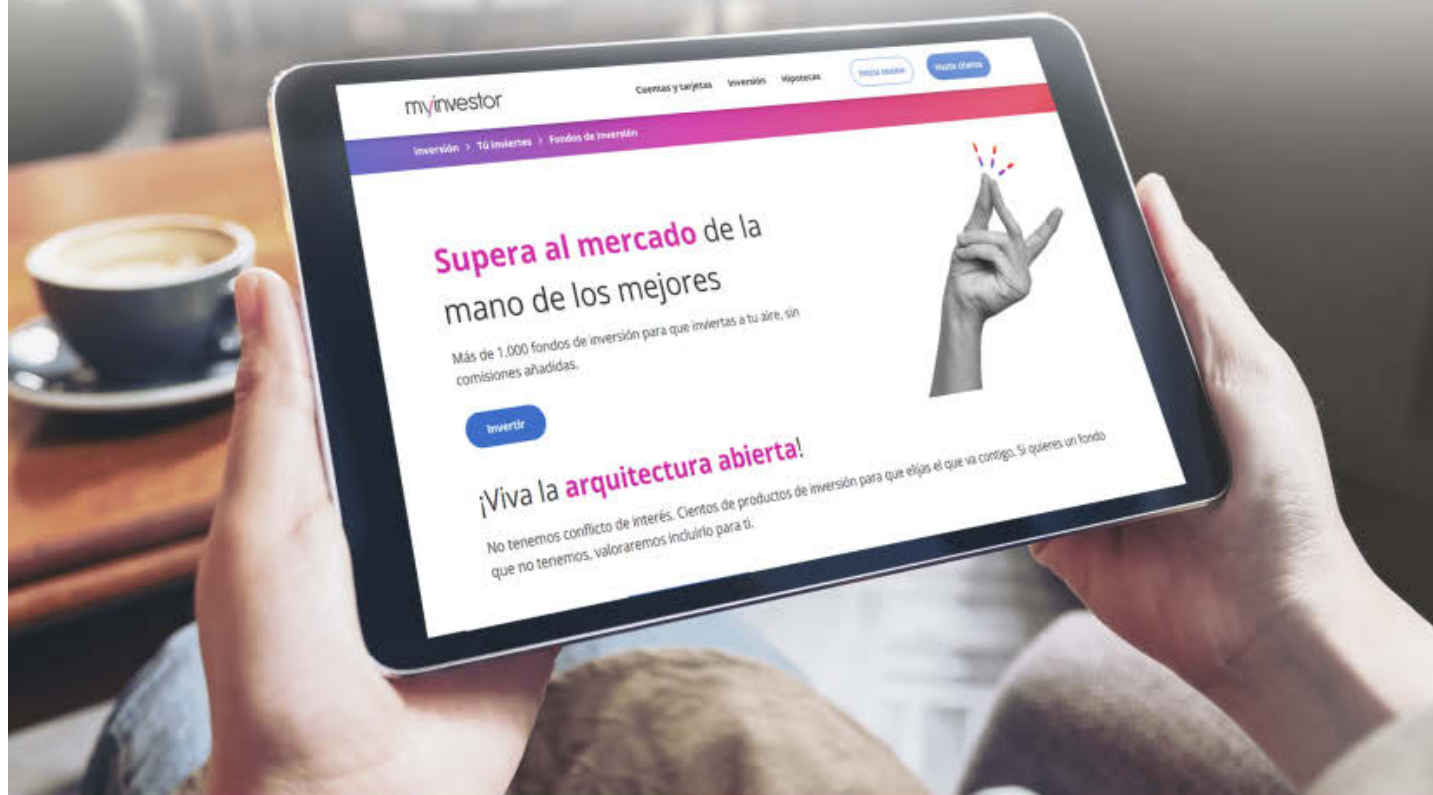
Impulso a los emprendedores

El Gremio de Restauración y Micro-Bank firman un convenio para incentivar el autoempleo y el emprendimiento.

**Y ahora, al abrir su cuenta en MyInvestor
y realizar cualquier aportación a sus fondos de inversión**

myinvestor

le regala una suscripción anual a elEconomista.es
valorada en 89,99 €



Aproveche la **ventaja exclusiva de recibir por e-mail** la versión pdf
del diario líder en información económica



eMail con **periódico en PDF**
(Envío el día anterior entre
las 22:00 y las 23:00h)



Acceso a todos los especiales
y las **17 revistas digitales** que
durante ese año estén vigentes



Acceso a hemeroteca

Tome las mejores decisiones de inversión con
myinvestor y elEconomista.es

bit.ly/myinvestor_suscripcion_elEconomista

Promoción válida hasta el 15 de diciembre de 2022



Estela López

Delegada de elEconomista en Catalunya

Las primeras elecciones del Círculo de Economía

El Círculo de Economía celebrará este verano las primeras elecciones de la historia de la entidad desde su fundación en 1958. Hasta ahora, los relevos en la presidencia se decidían por consenso en el seno de la junta directiva, pero en esta ocasión hay dos candidatos dispuestos a batallar para liderar este *think tank* barcelonés que agrupa a empresarios y académicos y reivindica su transversalidad e independencia respecto de intereses sectoriales o políticos. Se da además otra novedad, que uno de los candidatos será una mujer, la empresaria y presidenta de la Fundación Tanja Rosa Cañadas, que pretende convertirse en la primera presidenta de la asociación.

Su oponente en las urnas será Jaume Guardiola, ex consejero delegado de Banco Sabadell y miembro de la junta directiva actual del Círculo de Economía, además de presidente del patronato de la Fundación Esade. Pero Cañadas también tiene experiencia en los órganos directivos del Círculo de Economía, ya que formó parte de la junta en tres mandatos anteriores.

La precampaña de uno y otra para captar apoyos lleva meses en marcha, pero la convocatoria oficial de las elecciones no llegará hasta el 12 de mayo, una vez concluida la reunión anual de la entidad, entre el 4 y el 6 de mayo en Barcelona. Y la cita con las urnas será dos meses después de la convocatoria, a mediados de julio.

Los casi 1.300 socios del Círculo de Economía deberán elegir a quien relevará a Javier Faus en la presidencia, a partir de unos estatutos que fueron actualizados hace unos años, durante la presidencia de José Manuel Lara, en previsión de que en algún momento hubiese una pugna por el cargo. En esta ocasión no ha habido consenso, pero habrá democracia.



EL PERSONAJE



Enric Asunción

Cofundador y consejero delegado de Wallbox

Enric Asunción ha alcanzado el éxito con Wallbox, una empresa que cofundó en 2015 junto a Eduard Castañeda. Ese año solo fabricaron un cargador, que compró Ignacio Galán, consejero delegado de Iberdrola. Ahora son líderes internacionales de soluciones de carga y de gestión de la energía para vehículos eléctricos, produciendo más de un millón de unidades anuales desde sus tres plantas operativas, la tercera abierta en abril en Barcelona. Wallbox cotiza en Nueva York y tiene el objetivo de facturar 1.000 millones de euros en 2025.

LA CIFRA

251.708

metros cuadrados

Según el informe trimestral de Forcadell, la contratación de superficie logística del primer trimestre de 2022 ascendió a 251.708 metros cuadrados, una contratación prácticamente igual a la del mismo período del año anterior y que hace pensar que los números serán también muy positivos para el sector logístico, igual que pasó en el trimestre primero de 2021 con la operación de Amazon en Far de l'Empordà, el trimestre pasado fue Kave Home con su proyecto de 90.000 metros cuadrados en Tordera quien ha hecho subir la contratación.

El retuiteo



"La operación de espionaje masivo contra el independentismo catalán es una vergüenza injustificable, un ataque a los derechos fundamentales y la democracia extremadamente grave [...] Llegaremos donde haga falta".

@perearagones. El presidente de la Generalitat, Pere Aragonès, tras destaparse un caso de espionaje masivo a través del programa Pegasus, propiedad de una compañía israelí.