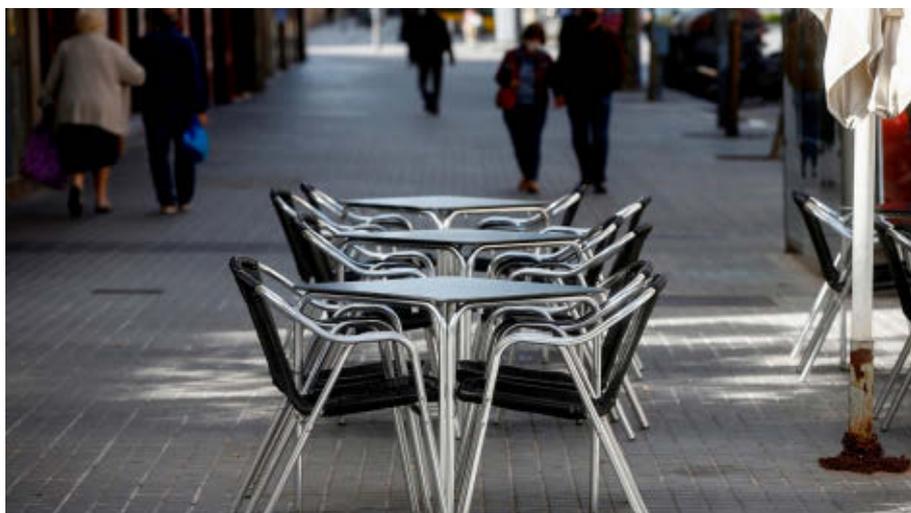


LOS SECTORES ECONÓMICOS CIFRAN EN 5.673 MILLONES EL IMPACTO DE LA TERCERA OLA

El 'Govern' pone en marcha un ambicioso plan de ayudas
en la precampaña del 14 de febrero

IMPACTO SOCIAL

EL FRAUDE ENERGÉTICO CONDENA A MILES DE USUARIOS A APAGONES



A fondo | P6

Las restricciones, y sus prórrogas, cuestan más de 5.000 millones

Los sectores económicos ponen el grito en el cielo por unas restricciones que, para algunos segmentos en particular, son poco menos que una condena a muerte.



Entrevista | P12

Andreu Gomà, director general de Escofet 1886

Explica los planes de la multinacional catalana especializada en elementos urbanos de hormigón.

Pulso del mercado | P5

El Ibex arrancó bien el año pero se cae en la segunda quincena de enero

El australiano IFM entra en juego a finales de mes con una Oferta Pública de Adquisición parcial sobre Naturgy por 5.060 millones.

Crónica del MAB | P16

2021 empieza con subidas y bajadas a partes iguales en el MAB

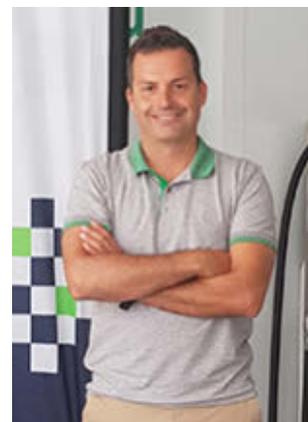
Las subidas, lideradas por Agile Content, fueron mucho más importantes que las caídas con la excepción de Pangaea Oncology, que se dejó casi un 10%.



Ronda de financiación | P24

Classlife Education cierra una ronda de 800.000 euros

Classlife Education comercializa en Europa y Latinoamérica una plataforma para la gestión integral de centros educativos.



Éxito empresarial | P30

GreenChem acumula el 30% del mercado de AdBlue

GreenChem produce y distribuye el AdBlue en España y Portugal, un líquido vital para reducir las emisiones de los coches diésel.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña. Vicepresidente: Raúl Beyruti Sánchez. Director General Comercial: Juan Ramón Rodríguez. Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez. 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. Redacción: Àlex Soler



La pandemia reclama un 'Govern' responsable que ponga el foco en las personas

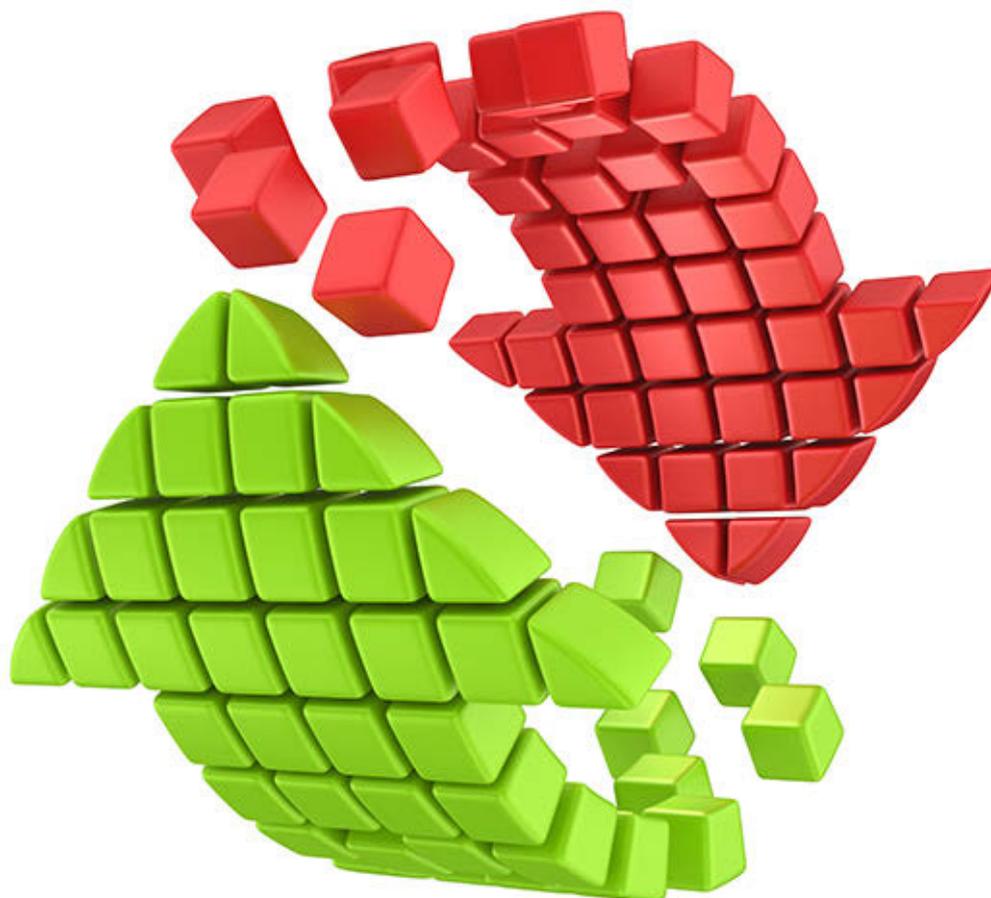
Conseguir un equilibrio entre las necesidades económicas y la seguridad de la población es algo complicado. Los gobiernos de todo el mundo se han enfrentado al Covid-19 con perspectivas distintas. Unos apostaron por la economía a costa de cientos de miles de contagiados y fallecidos, como por ejemplo Estados Unidos, otros cortaron cualquier atisbo de actividad y, como China, han podido recuperar cierto nivel de actividad, aunque la coartación de libertades a la que se sometieron sus habitantes roza la antítesis de lo ético.

En Catalunya, el debate incluye otro frente, la ya clásica disputa entre el *Govern* y el Gobierno central y entre las fuerzas políticas del mismo parlamento regional. Ni siquiera hay unión entre los partidos de un mismo bando, como los independentistas y los constitucionalistas y las acusaciones y las quejas planean sobre el hemisferio en todas las direcciones en un espectáculo que roza lo bochornoso y que solo sirve para reaccionar mal y tarde. En el otro lado, cientos de negocios tienen la persiana bajada, algunos para siempre, y algunos sectores, como el hotelero o el del ocio nocturno, están agonizando ante un virus que ha puesto en jaque las bases de la economía mundial.

■
La pandemia será el eje central de la campaña, aunque algunos partidos se esfuercen en revivir debates más cómodos

Como es habitual cuando llegan las elecciones, el *Govern* parece haber despertado y ha organizado toda una batería de ayudas por un valor superior a los 600 millones de euros para asistir a autónomos, trabajadores en Erte, pymes y a los sectores más afectados por la pandemia. Sin embargo, el impacto de esta tercera ola asciende a más de 5.000 millones y patronales y asociaciones piden más, mucho más.

La pandemia será el eje central de la campaña electoral, aunque a algunos les gustaría revivir viejos fantasmas en los que se sentían más cómodos. Puigdemont, como uno de esos personajes de leyenda, vuelve a levantar la cabeza ante la llamada de las urnas para reivindicar su sitio como el martir del *procés*, ese líder que llevará a Catalunya a la tierra prometida de la independencia, mientras algunos de sus compañeros de batalla pasan los días confinados en celdas. Lo cierto, sin embargo, es que a la población, desde el surgimiento del conflicto independentista, nunca le ha importado tan poco esta cuestión como ahora. El foco está en el paro, los Ertres que no se han cobrado, los negocios que no van a poder volver a abrir, el alquiler que apenas pueden permitirse pagar o la comida, que tras dispararse su precio, apenas pueden permitirse. Todo, aderezado con la incertidumbre y el temor que despierta un virus que enciema muta y se vuelve más contagioso. La clase política debe poner a estas personas en el centro del discurso y trabajar de la mano de asociaciones y patronales para diseñar planes de acción para atajar el virus y reactivar la economía cuanto antes, poniendo todos sus activos y recursos a disposición de la causa. La batalla independentista hay que dejarla para períodos de bonanza y prosperidad, cuando el hostelero pueda subir la persiana y el hotelero abrir su hotel.



Suben

Bajan

Reempresa llega al 2021 evitando el cierre de 3.000 pymes

Reempresa, el mercado de compraventa de pequeñas y medianas empresas de Catalunya, consiguió a principios de enero el objetivo de las 3.000 reempresas de éxito. Estos casos de éxito han generado una inversión inducida de más de 138 millones de euros y han evitado la pérdida de más de 8.200 lugares de trabajo en Catalunya. El centro trabaja con más de 100 entidades.

Grifols prueba un nuevo medicamento contra el Covid-19

Grifols anunció en enero el inicio de un ensayo clínico con un nuevo medicamento que podría proporcionar inmunidad inmediata contra el Covid-19. Según explicó la compañía en un comunicado, el medicamento, una inmunoglobina anti SARS-CoV-2 de administración subcutánea, ofrecería una protección inmediata tras la exposición al virus y se podría utilizar para proteger a la población.

Pronovias vestirá también al novio al asociarse con Carlo Pignatelli

La multinacional española líder internacional en moda nupcial Pronovias se ha aliado durante 10 años con la firma de sastrería italiana Carlo Pignatelli para vestir también al novio, según informó la misma compañía en enero. Ambas empresas lanzarán una colección anual formada por 45 trajes, con la primera programada para ver la luz en verano, el próximo mes de julio.

La cifra de fallecidos en la industria se dispara en 2020

Según los últimos datos registrados, de finales del mes de noviembre de 2020, 21 personas murieron en el trabajo en el sector de la industria el año pasado, más del doble que los que fallecieron en 2019. Esta cifra se ha registrado pese a los parones decretados por culpa de la pandemia del Covid-19, con lo que se concluye que la cifra es un signo de alarma.

Seat anuncia un Erte que afectará a 550 trabajadores diarios

Un nuevo Erte en la industria catalana. La dirección de Seat y los representantes sindicales acordaron las bases para un nuevo Expediente de Regulación Temporal de Empleo que afectará a un máximo de 550 trabajadores diarios en sus plantas de Martorell, Zona Franca y Componentes para adaptar su producción a la baja disponibilidad global de semiconductores.

Aplazadas las elecciones del FC Barcelona hasta marzo

La Generalitat de Catalunya ha intentado aplazar sus elecciones sin éxito por culpa del Covid-19. Lo que sí que se ha aplazado son los comicios para la elección del nuevo presidente del FC Barcelona, puesto que se disputarán Víctor Font, Joan Laporta y Toni Freixa. Así, la cita electoral del principal club catalán se pasó del 24 de enero al próximo 7 de marzo, con la novedad del voto por correo.

Así evolucionan las cotizadas catalanas

Datos a 25 de enero

Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

COMPAÑÍA	PRECIO OBJETIVO		BENEFICIO NETO ESTIMADO 2020		RENT. POR DIVIDENDO ESTIMADA 2020 (%)	REC.*	VARIACIÓN MENSUAL (%)	REVISIONES NEUTRALES (%)	REVISIONES POSITIVAS (%)	REVISIONES NEGATIVAS (%)
	EUROS	VARIACIÓN MENSUAL (%)	MILLONES DE EUROS	VARIACIÓN MENSUAL (%)						
Almirall	15,17	↑ 1,49	82	0,00	1,66	C	= Sin cambios	22,2	77,8	0,0
Appius Services	9,92	↑ 4,74	30	-24,29	0,96	C	= Sin cambios	23,5	76,5	0,0
Audax Renovables	2,90	= 0,00	11	0,00	0,00	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Banco Sabadell	0,40	↑ 4,20	146	37,12	0,74	V	= Sin cambios	61,9	9,5	28,6
Caixabank	2,56	↑ 2,90	1.271	2,00	1,69	C	= Sin cambios	35,0	65,0	0,0
Cellnex	63,70	↑ 1,67	-39	-6,58	0,15	C	= Sin cambios	21,7	69,6	8,7
Edreams Odigeo	3,82	= 0,00	-44	0,00	0,00	V	= Sin cambios	33,3	33,3	33,3
Ercros	-	-	10	0,00	0,00	-	-	0,0	0,0	0,0
Fluidra	19,47	↑ 8,22	91	-1,21	1,07	C	= Sin cambios	23,1	69,2	7,7
Naturgy	20,32	↑ 1,42	871	-0,10	7,34	M	= Sin cambios	52,6	31,6	15,8
Grifols	31,99	↑ 0,47	605	-1,17	1,50	C	= Sin cambios	20,0	80,0	0,0
Grupo Catalana Occidente	33,22	↑ 7,65	244	-2,09	2,56	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Inmobiliaria Colonial	8,34	↓ -1,10	128	-2,75	2,35	M	= Sin cambios	37,5	37,5	25,0
Laboratorio Reig Jofre	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0
Miquel y Costas & Miquel	16,00	↓ -7,78	41	-3,43	3,44	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Naturhouse Health	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	100,0
Nueva Expresión Textil	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0
Oryzon Genomics	8,20	↑ 1,55	-7	3,58	0,00	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Renta Corporacion Real Estate	4,00	↑ 15,94	2	0,00	1,04	C	= Sin cambios	50,0	50,0	0,0

Variaciones calculadas entre el 30 de noviembre y el 28 de diciembre...

C Comprar M Mantener V Vender.

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

elEconomista

El Ibex se desploma en medio mes

Àlex Soler

■ Ercross participará con el CSIC y el CENER en la producción de biopolímeros

Ercross alcanzó en enero un acuerdo con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y el Centro Nacional de Energías Renovables (CENER) para diseñar la tecnología de un bioproceso de producción de polímeros bacterianos, desde la investigación de las materias primas biológicas hasta la producción en planta piloto. Estos biopolímeros serán útiles para usos de corta y larga duración y se destinarán a sectores industriales tan diversos como el del envase y embalaje, el agrícola y el cosmético, y en aplicaciones donde se requiera una alta susceptibilidad a la biodegradación en el medioambiente y a la compostabilidad doméstica e industrial.

■ Fluidra amplía su oferta de productos con la adquisición de Built Right

Fluidra, líder global en el equipamiento de piscinas y *wellness*, ha concluido la adquisición de los principales activos de Built Right, reconocido fabricante de bombas de calor con base en Florida. Built Right, cuyas instalaciones se encuentran en Punta Gorda, Florida, está especializada en la fabricación y el mantenimiento de bombas de calor de alto rendimiento. La empresa, que se distingue por su atención al detalle y su exclusiva atención al cliente, es un fabricante de renombre en Florida, el mayor territorio de bombas de calor de Estados Unidos. La incorporación de las bombas de calor a Fluidra refuerza el liderazgo de la compañía como proveedor de soluciones para piscinas y spas.



El impacto de la tercera ola asciende a 5.673 millones

Los sectores económicos catalanes hacen balance de pérdidas e impacto de las nuevas restricciones mientras advierten que las ayudas del Govern son insuficientes y llegan tarde

Àlex Soler / Estela López

Catalunya

elEconomista.es

De momento, 2021 ha entrado como salió 2020, con el coronavirus apretando fuerte, con las UCIs saturadas y con los gobiernos regionales maniobrando para intentar doblegar la curva de la tercera ola sin penalizar a la economía en demasía. Con cada ola, la esperada recuperación en forma de 'V' se vuelve utópica y sectores como el del deporte, la restauración, ahora abierta parcialmente en Catalunya, y el hotelero agonizan pidiendo ayudas para salvar empresas y trabajos. A diferencia de en las dos primeras olas, una nueva circunstancia entra en juego: Catalunya arranca una campaña electoral que culminará el 14 de febrero en las elecciones más inciertas de la historia. Salvador Illa ya no es ministro de Sanidad, el independentismo sigue igual de dividido que siempre, Vox podría ganar algún escaño y Ciudadanos y el PP buscan la fórmula para reclamar su espíritu constitucionalista sin despertar críticas cuando se nieguen a invertir a Illa si finalmente se confirma la victoria que predice el CIS. Habrán notado que ninguno de los grupos políticos tiene en cuenta el virus, y es que en el juego electoral solo vale ganar.

ERC, ahora en el poder a través del presidente en funciones, Pere Aragonès, usará su poder económico en forma de ayudas para reclamar votos y auto-

Pimec cifra en 183 millones de euros diarios el impacto de las nuevas restricciones

proclamarse la opción útil de cara a la gestión de la pandemia. Pero lo cierto es que la economía catalana pende de un hilo, con múltiples sectores rogando por unas ayudas que les permitan mantenerse a flote. De momento, la tercera ola del coronavirus y las consiguientes restricciones, que se prolongan desde el pasado 7 de enero, han tenido un impacto multimillonario.

Aunque no todos los sectores han realizado todavía unas estimaciones del impacto de este tercer capítulo de la pandemia, algunos, consultados por *elEconomista*, arrojan cifras al horror que están viendo. Desde Pimec hacen un retrato general para apuntar que las restricciones actuales, que incluyen el toque de queda a partir de las 22.00, el cierre de cualquier establecimiento no esencial el fin de semana o la limitación de horario para la restauración, tienen un impacto sobre el tejido productivo catalán de 183 millones de euros diarios. Contando que las restricciones actuales están vigentes desde el 7 de enero y, de momento, se prolongarán hasta el 7 de febrero, su impacto ascenderá, si no se prolongan más, a 5.673 millones de euros. Pimec reclamó una respuesta coordinada de todas las administraciones para movilizar 4.500 millones mensuales pa-



Los bares están cerrados la mayoría del día en Catalunya. Luis Moreno

ra impedir la pérdida masiva de negocios en todos los sectores.

Si siguiendo con el desglose de daños y perjuicios, Fecasarm, la agrupación de empresarios de la restauración y el ocio nocturno, cifra en 10.000 millones las pérdidas acumuladas, divididas en 6.400 millones en la restauración y en 3.600 millones el ocio nocturno. Desde Fecasarm, su presidente, Joaquim Boadas, denuncia que "las ayudas hasta la segun-

da ola solo cubren el 2% de los costes" y advierte que "el 80% de los locales está en peligro". Roger Pallarols, secretario general del Gremio de Restauración de Barcelona, denuncia "un cierre encubierto" de la restauración desde el 21 de diciembre que "está sentenciando a la desaparición" a más de la mitad de los establecimientos de la ciudad.

Desde el sector deportivo, el Indecat, el clúster catalán del deporte, estima que estos 31 días de cierre previstos, y si no se extienden, provocarán que se dejen de facturar hasta 118,5 millones de euros y se dejen de aportar hasta 211,5 millones de euros al Valor Agregado Bruto (VAB). Según la misma fuente, en total en 2020 se dejaron de facturar 272 millones de euros y se dejaron de aportar 892 millones de euros al VAB. "Si el Govern no rectifica y hace extensivas las ayudas a todo el tejido deportivo, teniendo en cuenta todo el sector empresarial, no quedará nada por salvar", avisa Anna Pruna, presidenta del Indecat. "El deporte es un servicio esencial, parte de la solución", reivindica Pruna, que se queja de que "las ayudas han sido mínimas, no cubren ni de lejos ya no los ingresos que no hemos tenido ni tendremos, sino las propias medidas que hemos aplicado durante todos estos meses". "Las ayudas del Govern a los centros deportivos, que suponen el 29% del sector deportivo, son insuficientes y lo más grave es que se deja fuera de estas ayudas al 71% del tejido empresarial del deporte", cierra.

Por su parte, Comertia, la Asociación Catalana de la Empresa familiar del Retail, confirma que 2020 cerró con un descenso de las ventas del 20,6% respecto al año anterior, por culpa principalmente del enorme impacto de la primera ola del Covid-19. Desde entonces, no ha habido ningún mes en positivo. Para enero, contando con las restricciones desde el día 7 de enero, Comertia anticipa una caída del 18% y lamenta que ni la campaña de Navidad, a finales

de 2020, ni la de Reyes, a principios de año han conseguido salvar al sector del comercio, que ve como solo la alimentación básica sobrevive y las rebajas se han saldado con unas pérdidas de más del 75% de las ventas por culpa del confinamiento municipal. "Sin ayudas directas, estas dos semanas tendrán consecuencias irreversibles", dice David Sánchez, presidente de Comertia.

Paralelamente, el Aeropuerto de Barcelona cerró 2020 con 12,7 millones de pasajeros en total, un 75% menos que en 2019, un desplome que hunde el número de viajeros a niveles de 1995 y sitúa al aeropuerto de Barcelona en la décima posición europea. Los viajeros nacionales se desplomaron un 66%, los europeos un 74% y los intercontinentales



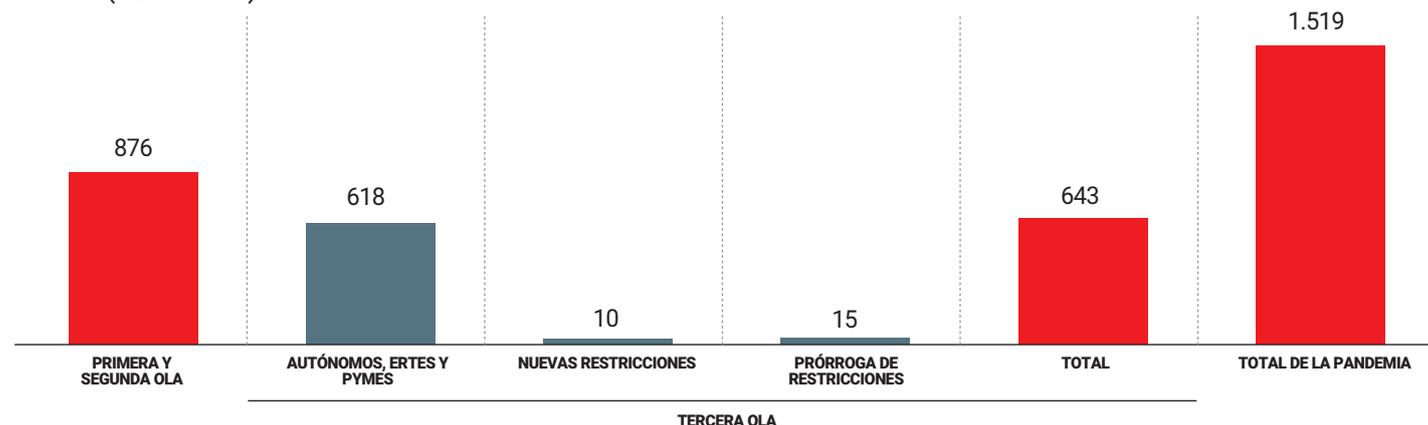
El sector del deporte con ánimo de lucro ha dejado de ingresar 118,5 millones de euros en 2021

un 71%. El Aeropuerto de Barcelona ha perdido un 40% de los destinos y la frecuencia de los que ha mantenido también ha caído. El panorama es desolador y desde Eurocontrol no prevén una recuperación de los niveles de 2019 hasta 2024 incluso si se produce una vacunación efectiva.

Siguiendo en el ámbito turístico, según los datos del Gremio de Hotels de Barcelona, apenas un 25% de los hoteles de la ciudad siguen abiertos con unas ocupaciones al mínimo, de menos del 10%, y unos precios hasta un 60% más bajos respecto a enero de 2019. Más de 320 hoteles permanecen cerrados. En lo que respecta a los pisos turísticos, según Aparatur, las pérdidas pueden alcanzar hasta los 25 millones mensuales y el impacto sobre los impuestos

Ayudas del 'Govern' para afrontar la crisis del coronavirus

Dotación (millones de €)





Todos los comercios no esenciales cierran el fin de semana. Luis Moreno

puede ascender hasta los 3.011 euros al mes por apartamento.

Según la Cámara de Comercio de Barcelona, han sido más de 20.000 las empresas catalanas que han cerrado desde marzo de 2020 y, a finales de 2020, se contabilizaban 158.261 trabajadores en Erte, y los desempleados eran un 31,5% más que a cierre de 2019, según la Encuesta de Población Activa.

Las ayudas llegan con la campaña

Es evidente que encontrar el equilibrio entre econo-

El 'Govern' ha movilizado 643 millones en ayudas para la tercera ola de la pandemia

mía y seguridad es complicado, pero el *Govern* espera que las ayudas que ha anunciado ayuden a mitigar el efecto del Covid-19. Según los sectores económicos, sindicatos, asociaciones y patronales, las ayudas ofrecidas por la Generalitat son insuficientes. Según datos de la Generalitat durante la tercera ola se han movilizado 4,3 millones para la restauración, el turismo, el comercio y los servicios de las comarcas del Ripollès y la Cerdanya a raíz de su cierre perimetral a finales del año pasado, y 25 millones más para paliar el impacto negativo de las restricciones motivadas durante la tercera ola, que se desglosan

en 10 millones, cinco millones más por la primera prórroga de las restricciones y 10 millones más por la segunda prórroga hasta el 7 de febrero. Estas ayudas ya están activadas, y servirán para otorgar 6.000 euros a cada establecimiento afectado. A esta cifra hay que sumar los recientemente anunciados 618 millones de euros movilizados en un nuevo plan de ayudas para dar soporte a los trabajadores en Erte, a los autónomos y a las pymes más afectadas por la pandemia. Desglosados, son 280 millones de euros para trabajadores autónomos, 105 millones para personas en situación de Erte, 25 millones para formación de personas en situación de Erte y 208 millones para pymes y microempresas en Erte. En total, 643 millones de euros que desde la Cámara de Comercio de Barcelona consideran insuficientes.

Según sus datos, y refiriéndose a los 618 millones de euros para autónomos y pymes, calculan que la dotación para empresas debería ser de, al menos, 800 millones, mientras que los 280 millones para autónomos solo servirán para ayudar a 140.000 de los 500.000 autónomos residentes en Catalunya. Según la entidad, una buena medida sería recurrir al endeudamiento mediante el MEDE, que corresponde al 2% del PIB, es decir 4.700 millones de euros para Catalunya, y a la emisión de deuda pública para financiar las ayudas. En la misma línea, Pimec agradece el esfuerzo, pero argumenta que llega tarde porque las empresas se enfrentarán a un nuevo final de mes sin haber todavía recibido el dinero con el que pagar salarios y facturas.

Se acumulan las sanciones por el incumplimiento de restricciones

Desde el toque de queda, hasta el confinamiento local, los siete millones de catalanes conviven con las restricciones dictadas por el *Govern* para detener la expansión de la pandemia desde el mes de marzo, cuando se impuso el primer estado de alarma. El balance es positivo y los catalanes han asumido la gravedad de la situación y acatan las medidas con resignación, aunque la situación económica es cada vez más complicada. No obstante, y sin contar la ciudad de Barcelona, que no ha ofrecido datos, se levantaron 170.000 actas durante el primer estado de alarma, que derivaron en 90.000 expedientes sancionadores. Un número elevado de multas que gestionar del que solo se han cobrado 8.000. Para evitar que prescriban, el *Govern* ha contratado 354 profesionales para tramitar todas las sanciones antes de mayo, fecha en la que prescribirían. En concreto, el departamento de Salud incorpora a 130 abogados y 163 administrativos para reforzar las sanciones de Salud Pública y el de Interior a 61 personas, 33 abogados y 18 administrativos. Así lo anunció el *conseller* de Interior, Miquel Sàmper; la *consellera* de Salud, Alba Vergés; el coordinador de seguimiento del Covid-19, Jacobo Mendizorroz, y Joan Carles Molinero, comisario de los Mossos.

**Toni Burgos**

Director de Desarrollo de Negocio de Grup Montaner

El trabajo temporal como tendencia clave para 2021

Tras un año de pandemia mundial que ha impactado a todos los sectores de mercado, algunos de forma positiva, pero otros muchos con dificultades y malos pronósticos, lo que nos deja como cierre es que todo ha cambiado, incluido el mercado y sus necesidades. Por lo que, además de saber adaptarse al cambio y actuar en consecuencia, hay que buscar y crear nuevas oportunidades.

Según Asemplo, asociación de empresas de trabajo temporal, la pandemia provocará la destrucción este año de 600.000 empleos en España y solo se recuperarán 200.000 en 2021.

Son datos desalentadores para muchos negocios y personas, pero también a raíz de esta situación hay servicios que están ofreciendo soluciones que hasta ahora no se habían tenido en cuenta.

El trabajo temporal, por ejemplo, que hasta hace poco aún causaba reticencias por su equívoca imagen de desvaluar el talento, ha demostrado este año que puede dar soporte y *expertise* a las empresas que se enfrentan a una incertidumbre constante sobre la prosperidad de su negocio a causa del Covid-19.

La empleabilidad temporal ofrece una estrategia que se adapta al cambio de necesidades, de oferta y demanda, con perfiles expertos, formados y tenaces que ayudarán a las compañías a sacar adelante su producción a pesar de las dificultades.

Perfiles específicos en entornos cambiantes

La contratación de perfiles temporales ha aumentado a lo largo del año. Este tipo de servicio ofrece soporte y confianza a las compañías al tener que hacer frente a picos inesperados de trabajo o a los constantes cambios que asume el país según la evolución de la pandemia.

Las necesidades del mercado y de las personas cambian rápidamente y adaptarse a ellas lo mejor posible es el nuevo reto para muchas empresas.



Operarios de preparación de pedidos, conductores/as de reparto, mensajeros/as a domicilio de 'última milla', manipuladores/as de almacenes de distribución, operarios para el sector cárnico y alimentación, perfiles relacionados con fabricación y distribución de productos para el hogar, para el almacenaje de ropa o mobiliario, y perfiles IT, han sido los más demandados el último trimestre de 2020 y con previsión para 2021.

Con el conocimiento de la situación de diferentes empresas que han apostado por la temporalidad es que, si se mantienen las condiciones de mercado, afectadas directamente por las circunstancias causadas por el Covid-19, se mantendrá esta misma tendencia, al menos, en los primeros meses del año.

Sectores que aumentan su demanda

Los perfiles mencionados suelen provenir de los sectores relacionados con la alimentación, concretamente industrias cárnicas, la logística, el hogar y el *e-commerce*. Estas son las principales industrias que seguirán apostando por el servicio del trabajo temporal.

Necesitan personal que les ayude a hacer frente a la inestabilidad del entorno y el trabajo por proyectos o picos fuertes ofrece mayor seguridad a las empresas.



■
La nueva realidad
ha generado cambios
en la forma de consumir,
aumentando la demanda
del 'ecommerce'

Estos sectores han visto variar sus previsiones a causa de la nueva normalidad que viven muchas personas. Mayor tiempo en casa o trabajo en remoto han propiciado cambios en el hogar: nueva decoración, espacio para un despacho, etc. Del mismo modo que, para evitar el contacto, la tendencia de la compra *online* se ha disparado, consiguiendo batir todos los rankings de ventas por internet que había hasta el momento.

Las competencias más buscadas

Entre las competencias más demandadas en relación con los perfiles y sectores anteriormente mencionados suelen destacar la buena capacidad de aprendizaje de nuevas tecnologías, la adaptación a los entornos en constante cambio ya sea funcional como de relación, la capacidad de trabajo en entorno virtual, la buena resolución de imprevistos y el trabajo en equipo.

El trabajo temporal como tendencia 2021

A pesar de la realidad que viven sectores más afectados, muchos negocios de sectores como el logístico, el industrial, el de la alimentación (cárnicas), etc., a lo largo del año han visto crecer la demanda de sus productos y servicios.

Esto ha generado la necesidad de ampliar sus plantillas en poco tiempo. Y es en este sentido en el que las empresas de trabajo temporal han hecho palpable los beneficios de sus servicios, aportando conocimiento de sus negocios y necesidades, personal cualificado y con disponibilidad para una rápida incorporación, y acompañamiento.

La nueva realidad ha generado cambios en la forma de consumir, aumentando considerablemente la demanda del *e-commerce* o comercio electrónico por su comodidad de compra y entrega, la industria mobiliaria, la alimentación.

La rápida adaptación a los entornos digitales por parte de industrias que hasta este año no se habían planteado ningún cambio en ese aspecto, incluso estaba fuera de cualquier plan de implementación a futuro.

Adecuar todos estos cambios y necesidades ha sido y seguirá siendo un reto para muchas empresas, pero que, mediante el trabajo temporal, encuentran ahora una solución.

ANDREU GOMÀ

Director general de Escofet



“Muchas de las transformaciones urbanas rápidas por el Covid se convertirán en permanentes”

Escofet ha crecido junto a la ciudad de Barcelona desde que fue fundada en 1886, acompañando la explosión del modernismo, la Barcelona Olímpica, la del Fórum de las Culturas, la ampliación de Fira de Barcelona, la remodelación de la Diagonal y más recientemente la peatonalización vinculada a las súpermanzanas, entre otros

Por Estela López. Fotos: eE

La huella de Escofet se puede ver literalmente en casi cada esquina de la capital catalana, dado que son los autores de la icónica baldosa con forma de flor de las aceras; de la loseta hexagonal gaudiniana del suelo de Paseo de Gracia; del suelo ondeante de La Rambla; del pavimento y mobiliario urbano de la mayoría de reformas de la ciudad -del paseo de Sant Joan a la plaza del Born, pasando por el distrito 22@ y la Rambla del Ra-

val-, y también han aportado su grano de arena a edificios como el Palau Sant Jordi, la Sagrada Familia o la reconversión de la plaza de toros de Las Arenas en un centro comercial. En Escofet, con sede en Martorell (Barcelona), son referentes en elementos urbanos y arquitectónicos de hormigón, y por ello son reconocidos mundialmente, con proyectos firmados en más de 40 países junto a reconocidos arquitectos.

¿Qué peso tienen los proyectos en Barcelona en el total del negocio?

Escofet está vinculada a la ciudad desde los orígenes, pero en los últimos años se ha ido internacionalizando y ahora el gran peso del negocio es internacional. Barcelona sigue siendo un referente porque como ciudad es un modelo en arquitectura y diseño urbano y nuestra actividad está estrechamente vinculada a eso y hay una gran asociación de Barcelona y la marca Escofet. Pero desde el punto de vista de negocio, el peso es relativamente pequeño y no superará el 5%.

Es sobre todo una imagen de marca...

Sí. Nos ha ayudado muchísimo el estar emplazados en Barcelona porque desde el nacimiento de la empresa ha habido un ecosistema de arquitectos y diseñadores de primer nivel, y una de las características de Escofet es el diseño, y el haber trabajado con estos arquitectos, diseñadores y urbanistas nos ha dado una gran proyección internacional.

tos internacionales. Y el resto es ambientación urbana -pavimento, mobiliario e iluminación-, con un grado de internacionalización muy alto y vinculado al proceso de transformación de las ciudades.

¿Cuántos de sus proyectos son diseños específicos y cuáles son venta de modelos existentes?

En hormigón arquitectónico es todo personalizado porque son edificios singulares, y en ambientación urbana la customización de productos suele ser un 15 o 20% del total, depende del año. El resto es producto estándar, aunque es cierto que muchos nacen para una obra y se incorporan luego al catálogo de Escofet.

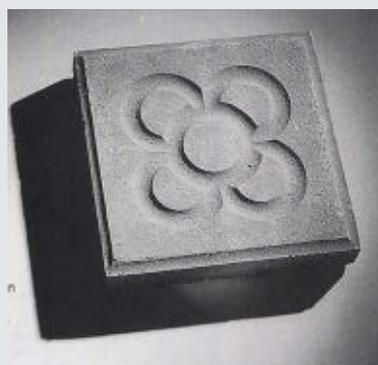
¿Cuánto dedican a innovación y diseño?

Más que una cifra es un proceso constante, no hay una partida concreta. Innovamos en geometrías, moldes, materias primas, dosificaciones, hormigones y es un proceso cons-

“Escofet inició la internacionalización hace 25 años y somos referente en mobiliario urbano de hormigón”



“Con la pandemia se ha acelerado la recuperación del espacio público para las personas en vez de los vehículos”



¿Y qué peso tiene el negocio en el resto de España y en el extranjero?

El 70% de nuestra actividad corresponde a exportación. Tenemos una presencia muy fuerte en Europa, Estados Unidos y Oriente Medio, y poco a poco vamos entrando en Asia y Europa del Este. El proyecto internacional se inició hace 20-25 años con una apuesta fuerte de la empresa y somos referente en mobiliario urbano de hormigón.

Escofet nació como empresa de pavimentos y actualmente cuenta con tres divisiones más: la mencionada de mobiliario urbano, hormigón arquitectónico e iluminación. ¿Qué peso tiene cada una?

Actualmente entre el 20% y el 25% del negocio corresponde a edificación con hormigón arquitectónico, con diseños únicos para edificios singulares, y básicamente de carácter nacional, aunque también tenemos proyec-

tante. Intentamos hacer una I+D más disruptiva, pero viene básicamente por la relación permanente con los arquitectos y diseñadores. Es un proceso que tenemos integrado en nuestro día a día.

¿Prevén incorporar alguna división más en el futuro?

Ahora cubrimos un rango muy amplio de productos vinculados con la ambientación urbana e intentamos crear sinergias comerciales y de producto. En nuestros planes no está diversificar, pero sí tenemos oportunidad de desarrollar nuevos productos en cada una de las líneas de negocio, y recorrido y oportunidades en el ámbito internacional. Ahora, con la pandemia se han acelerado procesos que se estaban dando en las ciudades, como la recuperación del espacio público para las personas en vez de los vehículos. Esto provocará un cambio importante en el di-

seño de las ciudades que generará nuevas oportunidades para empresas que, como nosotros, intentamos incorporar elementos en el espacio público. Se van a sustituir muchos metros cuadrados destinados al coche para el disfrute de las personas. Es algo que estamos viendo en Barcelona. Y también hay tipologías de producto que van cambiando y ahí vemos bastantes oportunidades.

¿Hay planteamientos urbanísticos que van a cambiar para siempre?

Algunos tienen un carácter coyuntural. En los medios está apareciendo el concepto de urbanismo táctico: transformaciones rápidas con un horizonte de corto plazo que se ejecutan en las ciudades -como nuevos espacios para las terrazas de los bares y para peatones-, pero muchas de estas transformaciones al final se quedan y se convierten en permanentes. Adaptarnos a estas nuevas necesidades y dar respuesta forma parte de nuestro horizonte a medio plazo.



El Ayuntamiento de Barcelona repartió bloques de hormigón en la calzada para separar el espacio de circulación del peatonal ampliado por la pandemia. Ahora serán retirados por su peligrosidad en caso de accidentes de tráfico ¿Desde Escofet han propuesto alternativas?

Pensamos que el hormigón como material es muy apropiado para las nuevas actuaciones en el espacio público, por sus características de durabilidad, bajo mantenimiento y fácil instalación. Si exportamos en todo el mundo es porque desde un punto de vista formal, el producto encaja muchísimo con este tipo de actuaciones. En este caso es verdad que en la época de confinamiento el Ayuntamiento tuvo que tomar medidas drásticas y rápidas en extensiones muy amplias de calle y tenía algunas deficiencias vinculadas con la seguridad. Hemos propuesto una alternativa al ayuntamiento con algún

elemento que tenga en cuenta la seguridad del motorista y el vehículo.

Su especialidad es el hormigón, pero también trabajan con metal, madera, cristal y plástico ¿se plantean ampliar la gama de materiales o potenciar alguno de los existentes?

Nosotros investigamos permanentemente en el ámbito de los hormigones y ahora hay nuevas composiciones que permiten formas complejas muy orgánicas. Además, hace muchos años que trabajamos con madera y metal, y queremos trabajarlo a fondo, y también hay oportunidades para elementos multimaterial, sobre todo en asientos, segmento en el que somos muy fuertes. También tenemos aparca bicicletas y papeleras, y los diseños de los elementos urbanos van a cambiar, como el típico banco de fundición. Hay nuevas zonas con usos más diversos, no solo de asiento, por lo que el elemento tiene que tener un aspecto distinto. También hay

“El hormigón es muy apropiado para la calle por su durabilidad, bajo mantenimiento y fácil instalación”



“El típico banco de fundición va a cambiar. Los elementos urbanos son ahora multiusos y deben tener otro aspecto”

potenciación de áreas de pícnic, y de jardinerías para renaturalizar la ciudad. Las supermanzanas son un ejemplo de espacios donde se intenta potenciar usos nuevos, y con elementos urbanos que tienen características multiusos: de asiento, de espacio de juego, para comer, para tumbarse... Se trata de elementos que crean espacios que permiten interacción.

¿Han modificado modelos existentes para adaptarlos a la pandemia?

Nuestros procesos de diseño son largos. La adaptación de los elementos que ya están en la calle la han hecho los ayuntamientos.

¿Cuánto se tarda desde que idean un concepto hasta que llega a la calle?

Pueden pasar años, porque trabajamos bajo prescripción de la mano de los arquitectos, desde el inicio del proceso. En los pro-

ductos customizados, desde que se dibuja hasta que se coloca en la calle pueden pasar dos años o más. Y para productos nuevos de catálogo, pasan entre dos y cinco años. Los que más vendemos ahora se generaron hace 10, 15 y 20 años y todavía son productos perfectamente vigentes.

¿Tienen todo centralizado en Martorell?

En Martorell tenemos las oficinas centrales y la parte técnica e industrial, y también tenemos una filial en México con un socio local y producción local. Es un proyecto que iniciamos hace seis años con dos áreas de negocio: edificación principalmente hotelera, y mobiliario urbano. Para el resto de países, tenemos formato de exportación desde Martorell con distribuidores y agentes.

¿Cómo ha afectado la pandemia a Escofet?

En el primer semestre el impacto fue mayor, con el confinamiento, y en el segundo nos hemos recuperado bastante y hemos aca-

sis de 2008, y a partir de 2012-2013 nos fuimos recuperando. El año 2020, teniendo en cuenta cómo empezó, ha sido razonablemente bueno para nosotros, y ahora encaramos 2021 con ciertas incógnitas, porque hay mucha incertidumbre.

Cementos Molins entró en Escofet en 1989 con el 25% del capital y fue creciendo, hasta el 76% anunciado este enero. ¿Cómo queda el resto del accionariado?

Es básicamente familiar. Molins nos ha acompañado como accionista importante durante muchísimo tiempo y conoce a la empresa perfectamente.

¿Cómo ayuda a Escofet pasar a formar parte del grupo cementero?

Nos permite reforzar y fortalecer el modelo de negocio, desde el punto de vista corporativo, técnico-industrial y financiero. Nos ayudará a incorporar criterios de gestión mucho más profesionalizados, y crear sinergias muy

“En muchos países la construcción se ha considerado actividad esencial y hemos podido ejecutar los proyectos en cartera”

“Los productos que más vendemos ahora se idearon hace 10, 15 o 20 años y todavía son perfectamente vigentes”



bado mucho mejor de lo que esperábamos cuando se inició la pandemia. En el mercado español lo hemos notado mucho porque en España se han paralizado muchas obras, pero en muchos países la construcción se ha considerado una actividad esencial, y más o menos han mantenido una actividad similar a otros años, y eso ha hecho que los proyectos en cartera se hayan podido ejecutar.

¿Cuántos proyectos suelen tener en un año?

Hacemos unos 1.500, pero de tamaños muy diversos, desde la plaza de un pueblo a grandes proyectos internacionales.

En 2019, Escofet facturó 14 millones de euros. ¿Cómo ha evolucionado en los últimos años, qué balance hacen de 2020 y qué objetivos de futuro tienen?

Como todas las empresas vinculadas a la construcción, nos vimos afectados por la cri-

grandes. Asimismo, Molins nos puede acompañar en nuestro proyecto internacional puesto que también es una empresa catalana con dimensión internacional potente. También compartimos el afán por la innovación y la sostenibilidad.

¿Cuál es la política de deuda de Escofet?

Sin entrar en detalles, Escofet ha sido una empresa históricamente poco endeudada, y siempre ha intentado trabajar con recursos propios.

¿Cómo se imagina Escofet la Barcelona del futuro?

Si quiere seguir siendo referente en el ámbito del urbanismo, debe liderar el proceso de cambio hacia ciudades reorientadas a las personas y la naturaleza. Nosotros primamos cinco ejes: la ciudad pacificada, jugable, verde, accesible y sostenible.

Evolución de las empresas catalanas del MAB durante el mes de enero

Datos a 25 de enero

■ Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

	VALOR DEL MERCADO (MILL. €)	ÚLTIMO PRECIO (€)	VARIACIÓN MES (%)	VOLUMEN MENSUAL* ENERO	INGRESOS (MILL. €)			BENEFICIO NETO (MILL. €)
					30/06/2019	30/06/2020	VARIACIÓN (%)	30/06/2020
Agile Content	191,30	10,80	↑ 34,16	2.722.627	5,29	9,25	↑ 74,86	0,76
Akiles	3,09	0,11	= 0,00	0	1,52	0,65	↓ -57,24	-5,51
Eurona Wirel	8,26	0,20	= 0,00	0	3,63	-	-	-
Griño	67,32	2,20	↑ 25,00	299.819	22,37	22,88	↑ 2,28	0,81
Holaluz	180,27	8,76	↑ 8,96	1.357.927	-	192,22	-	-
Home Meal	31,32	1,90	= 0,00	0	-	-	-	-3,70
1nkemia	8,36	0,31	= 0,00	0	-	-	-	-
Kompuestos	28,68	2,36	↓ -4,84	1.482.451	24,43	22,42	↓ -8,23	-0,52
Lleidanet	96,29	6,00	↓ -1,64	10.293.088	6,05	7,83	↑ 29,42	0,22
Pangaea	27,15	1,45	↓ -9,38	33.239	1,56	2,35	↑ 50,64	-0,56

(*) Acumulado. En euros. Variación mensual entre el 31 de diciembre de 2020 y el 25 de enero de 2021.

Fuente: Boletín del MAB.

elEconomista

El MAB arranca 2021 con importantes subidas

Tres catalanas cerraron el mes pasado con subidas, las mismas que las que terminaron cayendo, pero los ascensos fueron mucho más importantes que los números rojos

Àlex Soler.

Empieza 2021 con luces y sombras en el BME Growth, el antiguo MAB, con empresas que suben, otras que caen y otras que llegan a extremos, con enormes subidas y descensos que se acercan a los dobles dígitos. Algunas compañías ya han presentado resultados anuales, anticipándose a la fecha límite y precipitando así movimientos importantes en el mercado.

En total, son tres empresas que cierran el primer mes del 2021 con subidas y tres más que lo hacen cayendo. El año ha empezado como terminó el otro, con el coronavirus acechando y poniendo en jaque la economía regional, con lo que no ha habido reacciones importantes a la pandemia en el mercado. De este modo, el capítulo de subidas lo lidera, de nuevo, Agile Content, que se disparó en enero un

34,16% para terminar con un precio por acción de 10,80 euros. Este valor le permite alcanzar una capitalización de 191,30 millones de euros y mantenerse como la catalana más valiosa del BME Growth, posición que, hasta diciembre, peleando con Lleida.net, ejerció Holaluz. La energética catalana subió un 8,76% el mes pasado hasta los 8,76 euros por acción, lo que le supone una capitalización de 180,27 millones de euros. Holaluz fue una de las empresas que presentó resultados anuales, en las que confirmó que alcanzó las 4.000 instalaciones solares, que cerró con un 31% más de clientes y consiguió unos beneficios antes de impuestos de 4,5 millones de euros. Sus ventas fueron de 235,9 millones de euros. Griño, registrando un buen rendimiento durante los últimos meses, subió un 25% hasta los 2,20 euros por acción y los 67,32 millones de euros de capitalización total.

En el lado opuesto, Pangaea Oncology, que ha incorporado 1,8 millones de nuevas acciones (ver página siguiente), fue la compañía que más cayó en enero, concretamente un 9,38% hasta los 1,45 euros por acción. Su valor se queda en los 27,15 millones de euros. Kompuestos, una de las últimas catalanas en entrar en el MAB, siguió a la biotecnológica dejándose un 4,84%. Su valor nominal se queda en los 2,36 euros y su capitalización en los 28,68 millones de euros. Por último, Lleida.net, que ha anunciado que las ventas de su línea SaaS crecieron en todos los segmentos durante 2020 gracias a la pandemia, perdió un 1,64% de su valor hasta los seis euros por título, con lo que mantiene un valor total de 96,29 euros.

El tercer trimestre

Lleida.net incrementa el número de inversores en un 19%



El número de inversores de la cotizada española Lleida.net se incrementó en un 19% en los últimos tres meses del año 2020, de acuerdo con datos oficiales. Actualmente, 2.755 inversores activos en los mercados de Madrid, París y Nueva York forman parte de su capital. De estos, 121, o un 4,4%, son inversores institucionales y sociedades, tanto de España, como de Francia y Estados Unidos. Esta cifra representa un incremento importante sobre los 2.232 accionistas con los que contaba a fecha de 28 de octubre de 2020. "El incremento en el número de accionistas que ha experimentado la compañía en el último año es un signo evidente de que la confianza del mercado en nosotros continúa siendo muy

sólida", dijo Sisco Sapena, consejero delegado y fundador de la compañía, en un comunicado oficial.

Sapena, según comunicó la empresa al mercado el pasado 4 de enero, continúa siendo su accionista mayoritario, con un 37,49% de sus títulos. El año pasado, Lleida.net fue una de las empresas que más incrementó su valor en bolsa, con subidas que alcanzaron el 940%. Durante el ejercicio, movió 180 millones de euros de efectivo, o 32 millones de acciones, 89 veces más que en 2019. Lleida.net es la principal empresa europea en el campo de notificación y contratación electrónica certificada y cuenta con casi 200 patentes en este campo.

Energía verde

Holaluz adquiere 84 MW de energía fotovoltaica de Enerparc



La empresa tecnológica y energética catalana Holaluz firmó un acuerdo de compraventa de energía (PPA, por sus siglas en inglés) con la empresa alemana Enerparc para adquirir un total de 84 MW de energía generada por parques fotovoltaicos en las Islas Baleares. El acuerdo tendrá una duración de 10 años, supondrá una inversión de cerca de 60 millones de euros y la energía adquirida abastecerá a alrededor de 43.000 nuevos clientes de la compañía energética catalana.

La apuesta de la empresa por este tipo de contratos garantiza que pueda ofrecer un precio estable

a sus clientes, y el origen renovable de su energía. Por ello, desde noviembre de 2018 ha firmado otros contratos para adquirir energía fotovoltaica con Raiola Future, EDF Solar, Falck, Chint Energy, Fundee y Wirtgen Invest, con una potencia global próxima a los 750 MW.

Según informó Holaluz, el acuerdo también contempla que la energética actúe como representante de mercado para la alemana Enerparc. Esta última está especializada en energía solar y pondrá en marcha en los próximos años un total de 23 parques fotovoltaicos en las Islas Baleares.

Biotecnología

Pangaea Oncology incorpora 1,8 millones de acciones



La compañía biotecnológica catalana Pangaea Oncology, que cotiza en el BME Growth, el antiguo Mercado Alternativo Bursátil (MAB), anunció que incorporará acciones tras la ampliación de capital. La empresa ha incorporado 1,8 millones de acciones a 0,02 euros de valor nominal cada una, según informaron fuentes cercanas a la empresa en un comunicado emitido el BME Growth.

Las acciones están representadas en anotaciones en cuenta, totalmente desembolsadas y procedentes de la ampliación de capital de la compañía por compensación de créditos de diciembre. La amplia-

ción de capital se inició en 2018 y fue por valor de 2,5 millones de euros. Las acciones han sido emitidas con una prima de emisión de 1,34 euros por cada una y un importe nominal total de 36.771,34 euros. El grupo está especializado en la oncología de precisión y en la medicina personalizada basada en la genética de las personas.

Pangaea Oncology amplió recientemente su participación en el Institute of Breast Cancer (Iobc). La compañía aumentó su participación hasta el 50%. La biotecnológica es propietaria junto a Javier Cortés, administración único de la entidad, del Iobc.

**Oscar Muñoz**

Óscar Muñoz, codirector general de REDI

Por qué cada vez más empresas apuestan por la inclusión de la diversidad LGTBI

En un entorno recesivo, las empresas más resilientes serán las más innovadoras. Ya está demostrado que innovación y creatividad van de la mano de la diversidad y de permitir que el talento dentro de la organización se exprese con todo su potencial para aportar soluciones de negocio diferentes. Para un 10% de la plantilla, sin embargo, esto no es posible. Sencillamente porque les hemos dicho que oculten su singularidad en el trabajo, simplemente por desconocimiento de una realidad que culturalmente está cargada de prejuicios y estereotipos. Estamos hablando de aquellas personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas, es decir, lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, intersexuales, etc.

Durante muchos años discriminadas, las personas LGTBI aún se encuentran invisibilizadas en los entornos corporativos. Por un lado, las empresas lo consideran, erróneamente, como parte del ámbito privado de los empleados/as y prefieren no hablar de ello: según un estudio reciente de la Fundación IE, el 58% de las organizaciones en España no presta atención a la diversidad LGTBI, aunque sí están incorporando acciones para la inclusión de otras diversidades existentes en la empresa: género, personas en situación de discapacidad, generaciones, etc. Por otro lado, la existencia de sesgos culturales y el lenguaje poco inclusivo en las empresas -el 75% de trabajadores han visto algún tipo de agresión verbal hacia personas LGTBI en el ámbito laboral según un estudio reciente de UGT- hace que solo un 38% de las personas LGTBI se visibilice abiertamente con sus compañeros/as de trabajo por miedo a limitar su carrera profesional. Esta cifra se reduce a un 28% en el caso de los jóvenes LGTBI que, siendo perfectamente visibles en sus entornos personales, no encuentran en la empresa referentes que hablen con naturalidad de ello.

“Es difícil hasta que se intenta” es el comentario frecuente de las empresas una vez que se embarcan en desarrollar programas y acciones de inclusión de la plantilla LGTBI -que, aunque invisible, ya existe dentro de la empresa y podría acercarse a un 10% de la misma- ya que la principal barrera para que se hable de esta diversidad con naturalidad es la falta de información y visibilización. Además, existe la creencia generalizada de que hay poco por hacer, puesto que nuestra



legislación ya otorga a las personas LGTBI similares derechos. Sin embargo, eso no impide a las empresas hablar con naturalidad de otras diversidades que gozan de igualdades legales mucho más consolidadas. Abrazar la diversidad en las empresas es, precisamente, aceptar y empatizar con aquellas personas que proceden de situaciones vitales diferentes y comprender que sus oportunidades laborales puedan ser menores a las de una mayoría consensuada.

Los datos así lo demuestran: un informe publicado en el 2019 por la Agencia de Derechos Fundamentales de la UE refleja que un 11% de las personas LGTBI se sienten discriminadas a la hora de encontrar trabajo. Ese porcentaje aumenta a un 38% en el caso de las personas trans, que presentan los mayores niveles de desempleo en España. Existe además un *techo de cristal* para las personas LGTBI, como demuestra su inexistencia o invisibilidad en las cúpulas directivas. Además, las Naciones Unidas reconocen a las personas LGTBI como grupo vulnerable y en riesgo de exclusión social y nos recuerdan que en cerca de 70 países del mundo -incluso dentro de la propia UE- aún existe un gran rechazo hacia ellas, en muchos casos aparejado a multas y penas de prisión. De hecho, las diferencias de libertades para las personas LGTBI son tan grandes a nivel internacional que suponen un quebradero de cabeza para la defensa de los derechos huma-

nos y para las propias empresas multinacionales que quieren cumplir con sus códigos de ética empresarial en países donde éstos entran en fricción con las leyes y cultura locales, teniendo que evaluar las consecuencias que para un empleado/a LGTBI tendría el ser trasladado a ellos. Por eso es necesario, en primer lugar, aceptar esta diversidad como una realidad ya existente en la empresa y, por otro, hacer explícito y extensivo el compromiso con los valores corporativos de respeto y no discriminación hacia todos los empleados/as, también los LGTBI, allí donde se opere.

Pero las empresas tienen en cuenta a la diversidad LGBTI. Es mucho el talento que se pierde manteniendo unos armarios que la sociedad ya está desmontando y está suficientemente demostrado que, cuando las empresas emprenden programas dirigidos a la inclusión de la diversidad LGTBI se generan relaciones más empáticas entre empleados y empresa, el clima laboral mejora y el grado de visibilización y la productividad de la plantilla LGTBI aumenta significativamente. Además, la empresa eleva su reputación corporativa y se convierte en un mejor reflejo de las sociedades en las que opera, adelantando su ventaja competitiva en cuanto a comunicación y *engagement* con sus clientes diversos.

De hecho, un estudio de Open for Business 2020 señala como uno de los indicadores clave en el incremento de la competitividad económica el grado de aceptación que una sociedad tiene hacia las personas LGTBI y establece rankings de ciudades económicamente más resilientes en base a este criterio.

Por todo ello, cada vez es mayor el número de empresas que han hecho explícito su compromiso con la no discriminación y el respeto de sus empleados/as LGTBI. Precisamente, para hablar de este tema con naturalidad, acompañar a las empresas y promover una buena gestión de la diversidad e inclusión LGTBI, en el año 2018 surge como asociación sin ánimo de lucro REDI, la Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGTBI en España, a la que ya pertenecen más de 90 empresas de todos los tamaños y sectores, entre ellas varias de las grandes empresas del IBEX 35. De esta manera REDI se ha convertido en el foro experto y permanente de consulta sobre la diversidad LGTBI en el contexto corporativo español, proporcionando formación y herramientas de gestión, participando en los principales debates empresariales, gubernamentales y académicos al respecto, y estableciendo sinergias y colaboraciones con instituciones como la CEOE, gobiernos locales y regionales, etc. Por ello, invitamos a las empresas a conocer nuestra asociación y sus logros y a unirse al reto de desarrollar sociedades más inclusivas y justas considerando la inclusión del talento LGTBI como una práctica habitual y una ventaja competitiva.



■

REDI se ha convertido en el foro experto y permanente de consulta sobre la diversidad LGTBI en el contexto corporativo

■

15

Naturgy invertirá 1.500 millones en cinco años

Naturgy anunció la inversión de hasta 1.500 millones de euros para construir instalaciones renovables en EEUU con capacidad de 1,6 GW en un lustro.



15

Banco Sabadell permite la salida de 1.817 empleados

Banco Sabadell aceptó la gran mayoría de solicitudes de adhesión al plan de prejubilaciones y bajas voluntarias acordado con los sindicatos.

18

Cargar un eléctrico cuesta dinero en Barcelona

No iba a ser gratis para siempre. Los 512 puntos públicos de la ciudad han dejado de ser gratuitos para promover un uso responsable y sostenible.

19

Glovo se alía con Stoneweg para multiplicar almacenes

Glovo multiplicará su red de almacenes urbanos en España y otros países europeos para realizar entregas de menos de 30 minutos.

21

El TSJC se da hasta el 8 de febrero para decidir sobre el retraso electoral

La fecha de las elecciones catalanas se mantiene, de momento, en el 14 de febrero. El TSJC no decidirá hasta el día 8 del mismo mes sobre los recursos presentados contra el adelanto electoral.

19

Adiós al robot de cocina de Lidl al perder un juicio

El Juzgado Mercantil 5 de Barcelona condenó a Lidl por comercializar un robot de cocina que plagia una patente de la marca Thermomix.

20

Los empresarios se rebelan contra el 'Govern'

Los empresarios catalanes describen como "condena" la prórroga de las restricciones antiCovid de la Generalitat hasta el próximo día 7 de febrero.



Año dos D.C. (Después del Coronavirus). El panorama sigue igual

Quién pensó que con el cambio de año iba a terminar la pandemia y todo lo que ello comporta? Que levante la mano. Cambia el año, pero el panorama general catalán no lo hace. El coronavirus sigue dominando la agenda congresual, social y cultural con mano de hierro y solo las elecciones parecen condenadas a mantenerse en un año en el que parece, desgraciadamente, que habrá más cancelaciones que celebraciones. Otro año para que la digitalización sea la tendencia y los eventos virtuales la norma. Otro año en el que el distanciamiento social será lo recomendado y otro año en el que eventos importantes podrían suspenderse. En el horizonte quedan grandes ferias como la Valmont Barcelona Bridal Fashion Week y el Automobile Barcelona, que por su carácter bianual se las prometía muy felices. Los salones de todo el mundo se cancelaron o alteraron su funcionamiento por la pandemia y el Automobile Barcelona, aunque aún es pronto, podría verse obligado a hacer lo mismo.

Las elecciones a la Generalitat del 14 de febrero, la enésima cita electoral en unos años en los que se han convertido en tradición, parece que será lo único que se mantiene en el segundo año D.C. (Después del Coronavirus).

LO IMPRESCINDIBLE DE FEBRERO Y PRIMAVERA

12 de febrero Josep Aznar, un espectador privilegiado. 40 años de danza

Esta exposición propone una retrospectiva de la danza de Catalunya a través del archivo fotográfico de Josep Aznar, uno de los fotógrafos de danza del país. La muestra es un archivo que muestra de manera cronológica la danza en Catalunya y su evolución, tanto desde el punto de vista técnico, de la fotografía, como de la danza.

14 de febrero Elecciones a la Generalitat de Catalunya

Si el TSJC no dice lo contrario, el próximo domingo 14 de febrero los ciudadanos catalanes están citados a una nueva cita electoral, la enésima en el último lustro, en la que deberán decidir el próximo presidente de la Generalitat. Illa entra en juego y el

independentismo reclama el lugar que el Covid-19 le ha arrebatado en la agenda mediática.

19 de abril Valmont Barcelona Bridal Fashion Week

Una de las pocas propuestas que aguantaron el Covid-19 en 2019, aunque tuvo que encontrar cobijo en el mundo virtual. En 2021, en abril, la feria de moda nupcial de referencia en el mundo espera tomar el recinto de Montjuïc y volver a deslumbrar con las novedades del sector.

8 de mayo Automobile Barcelona

En 2019 esquivó el Covid-19 y el Automobile Barcelona, uno de los salones más importantes del mundo, espera poder ofrecer todo lo que da de sí uno de los sectores económicos más importantes en el recinto de Montjuïc en el mes de mayo.

Carne vegetal

Heura facturó ocho millones en 2020, tres veces más que en 2019



Heura, la empresa productora de carne a base de proteína vegetal, arranca 2021 con dos noticias positivas. En primer lugar, según datos facilitados por la compañía, el año pasado cerró con una facturación de ocho millones de euros, consiguiendo triplicar la cifra respecto al año anterior y que, según Marc Coloma, su consejero delegado, son "una muestra del crecimiento sostenido y exponencial de la marca". Además, en 2020 la empresa consiguió duplicar su presencia internacional respecto a 2019 llegando a un total de 13 países, entre los que se encuentra el Reino Unido, el mercado más maduro de Europa para este tipo de producto. 2021, según Coloma, "será el año de la expansión internacional".

Paralelamente, Heura ofrecerá sus productos de carne 100% vegetal en los lineales de Alcampo. Los bocados de Pollo 100% vegetal Original, los Mediterráneos y las tiras han sido los productos elegidos para esta primera incursión, a la que se espera que se sumen la Burger 2.0 y nuevos productos que llegarán a lo largo del año. "2021 va a ser el año de la consolidación en España", apunta Coloma, que añade que "en términos de carne vegetal ya somos la empresa con mayor relevancia a nivel de negocio, pero queremos acentuar esa consolidación entrando en supermercados como Alcampo con el objetivo de continuar potenciando la presencia de Heura en los principales establecimientos".

Transportes y movilidad

Renfe lanza conexiones entre Catalunya y el norte de España



Renfe conecta, desde el pasado día 11 de enero, las comunidades de Galicia, Asturias, Castilla y León, Navarra, La Rioja, Aragón y Catalunya con nuevos servicios transversales de Larga Distancia. La nueva oferta de Renfe implica abrir nuevos orígenes y destinos y crear nuevas combinaciones de viaje, mediante enlaces en las estaciones de León, Miranda de Ebro y Vitoria. Los precios de los billetes para servicios con enlace se verán reducidos en un 5% y en un 18% respecto a las tarifas que se aplicaban en los servicios suspendidos a causa de la pandemia originada por el Covid-19. Por otro lado, los titulares de la tarjeta +Renfe también se beneficiarán de pun-

tos extra con porcentajes que van desde el 25% hasta el 75%.

El precio de los servicios directos no se modificarán, aunque en algunos casos, como ocurre en la relación Salamanca-Barcelona, cambian los trenes y mejoran las prestaciones respecto a la oferta anterior. Salamanca y Valladolid vuelven a conectarse con Barcelona mediante el nuevo Alvia que sustituye al Intercity, que dejó de funcionar después de la declaración del estado de alarma. Este Alvia mantiene las tarifas anteriores y permitirá a los viajeros nuevas combinaciones para llegar a otros destinos.

Sostenibilidad

Seat recupera el ecosistema del Delta del Ebro afectado por 'Gloria'



Seat y el Grupo Volkswagen están firmemente comprometidos con el medioambiente y el cuidado del planeta. Bajo esta misión, han puesto en marcha un proyecto de restauración y preservación de la biodiversidad del Delta del Ebro, cuyo objetivo es paliar los efectos causados por la borrasca *Gloria* a principios de 2020 y recuperar las zonas más afectadas del humedal más importante del Mediterráneo occidental. La iniciativa, que se realiza en colaboración con la ONG SEO/BirdLife, cuenta con una inversión de 1 millón de euros, y tendrá una duración de dos años. Exactamente hace un año, en enero de 2020, la borrasca *Gloria* azotó el Delta del Ebro

(ver revista *elEconomista Catalunya* de febrero de 2020) con una violencia extrema, causando un importante impacto medioambiental con el mar llegando a cubrir cerca de 3.000 hectáreas de arrozales y engullendo playas enteras, poniendo en peligro las 360 especies de aves que hacen del Delta del Ebro una de las reservas naturales más diversas de Europa. El proyecto de restauración de Seat y el Grupo Volkswagen ayudará a mejorar el estado de conservación de los hábitats naturales costeros y activará proyectos de prevención para reforzar las zonas y adecuarlas a futuros episodios meteorológicos extremos que pudieran ocurrir.

Autoescuelas

hoy-voy se sobrepone al Covid-19 y cierra 2020 facturando 14 millones

La cadena de autoescuelas hoy-voy ha conseguido sobrepone a la crisis ocasionada por la pandemia del coronavirus y cerró 2020 abriendo tres nuevas autoescuelas, la de Pamplona, la de Palma y la de Vilanova y la Geltrú. Las dos últimas se inauguraron durante el segundo semestre del año, una vez la cadena pudo retomar sus planes de expansión después del parón forzado de la primavera pasada. A lo largo de 2020, la marca llegó a los 34 centro re-

partidos por toda España, cifra que este mes de enero ya se incrementará hasta los 35 con la apertura de un nuevo centro en León.

Pese a lo complicado del año pasado, hoy-voy consiguió cerrar 2020 con una facturación de 14 millones de euros, una cifra similar a la del año anterior. Durante 2021, la firma prevé seis nuevas aperturas y facturar 18 millones de euros.

La nueva movilidad

El BCL se incorpora al Mobility Institute para investigar la movilidad

Barcelona-Catalunya Centre Logístic (BCL), la asociación que trabaja por la mejora de la competitividad y la promoción de Catalunya como base logística euromediterránea, se ha incorporado al Mobility Institute, la plataforma de investigación creada por el RACC y Deloitte, que analiza las nuevas tendencias y modelos de movilidad. Este acuerdo responde a la apuesta de BCL para fomentar la movilidad y la sostenibilidad asociada a la actividad lo-

gística del territorio, así como para promocionar acciones de innovación que puedan ayudar a las empresas del sector a ser más competitivas y eficientes, económicamente y medioambientalmente, aprovechando el potencial que ofrecen las nuevas tecnologías para la transformación de las empresas del sector logístico en los diferentes segmentos de su actividad. El Mobility Institute es una plataforma de entidades públicas y privadas.

Moda

Blue Banana llegará a Catalunya con una tienda física en BCN en 2021

La firma de moda española, Blue Banana, que cerró el año pasado con una facturación de más de cuatro millones de euros, un 170% más que el año anterior, prevé llegar a Catalunya durante este año 2021. Tras la reciente apertura de su primera tienda física, localizada en el centro de Madrid, Blue Banana continúa su estrategia omnicanal en este 2021, ya que entre sus objetivos está la apertura de tiendas físicas en Sevilla y Barcelona, así como la pre-

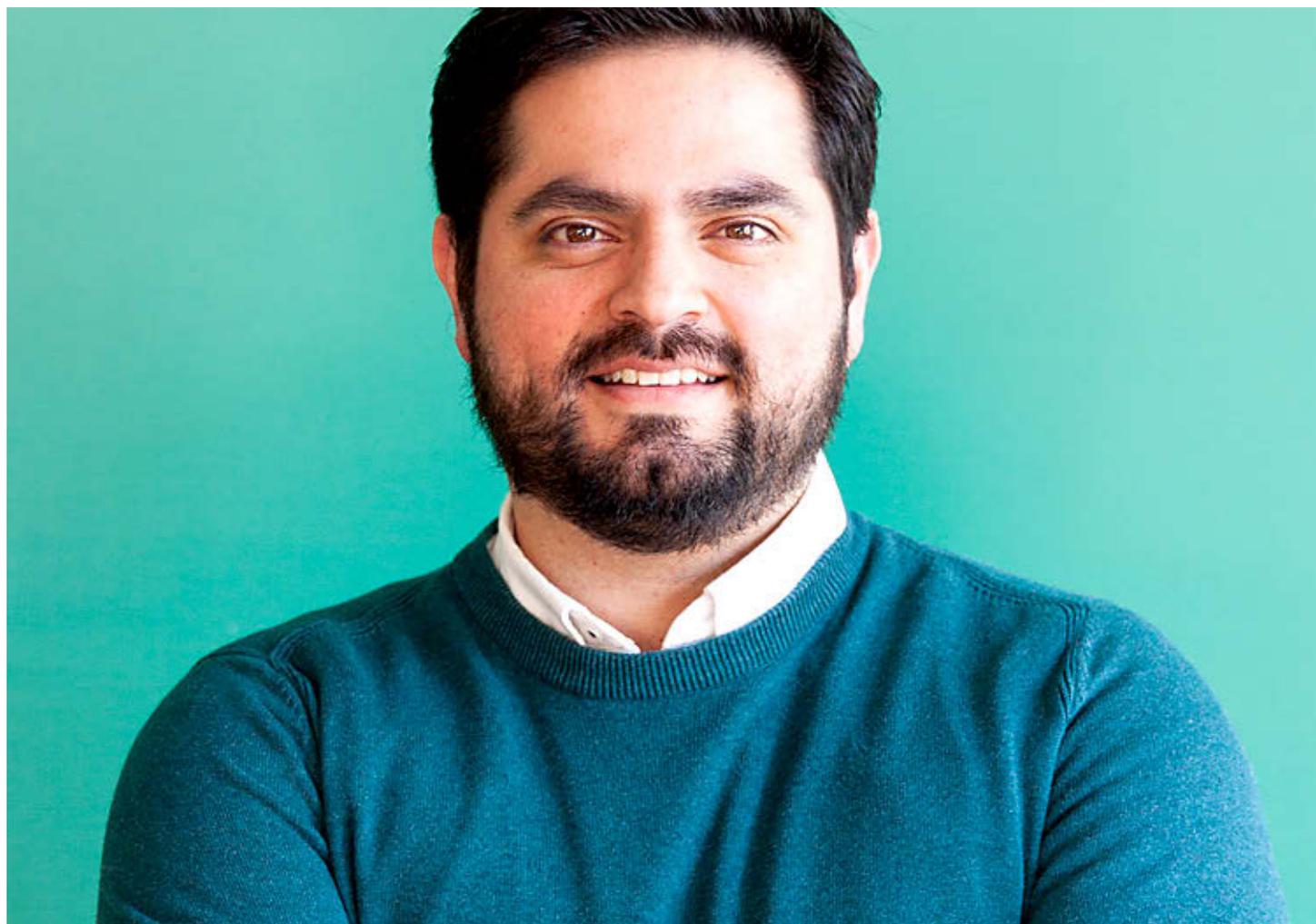
sencia en espacios físicos de El Corte Inglés. Además, la marca pretende reforzar su estrategia online con la expansión internacional de su comercio electrónico, llegando a países como Alemania, Francia, Italia y Holanda. Aunque la firma está especializada en la comercialización de sudaderas y camisetas, también cuenta con una línea de ropa técnica de esquí y producción *kids*. Durante este nuevo año van a seguir diversificando el producto.

Expansión nacional

GM Food abrió 42 nuevas franquicias el año pasado

GM Food, compañía referente en el sector de la distribución alimentaria, terminó 2020 con 95 nuevos supermercados franquiciados repartidos en 13 Comunidades Autónomas, 42 de ellos están ubicados en Catalunya: 25 Proxim, doce Suma y cinco Spar, generando la creación de 138 empleos y un aumento de 7.160 metros cuadrados de superficie de sala de ventas. El resto de supermercados, 38 Suma y 15 Proxim, están localizados en Andalucía, la Co-

munidad Valenciana, Baleares, Madrid, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Canarias, Asturias, Euskadi, Galicia y Navarra. En línea con su plan de crecimiento, durante el pasado 2020 GM Food inauguró sus primeros supermercados Suma en Galicia y Asturias, enseña con la que hasta la fecha no tenía presencia. La compañía destaca los buenos resultados conseguidos en la apertura de franquicias en un año difícil marcado por la pandemia.



Mario Espósito, fundador de Classlife Education.

Classlife Education cierra una ronda de 800.000 euros para expandirse

La compañía liderada por Mario Espósito propone una solución para gestionar todos los ámbitos de un centro educativo, desde los asuntos de secretaría, hasta el aula virtual, bajo el paraguas de una misma plataforma, simplificando los procesos y optimizando la gestión y la integración de los datos

Àlex Soler. Fotos: eE

Hace ya más de una década que los centros escolares de alrededor del mundo se están digitalizando de algún modo, ya sea mediante *softwares* de gestión de los alumnos y sus expedientes o mediante herramientas para complementar la formación del propio alumno. A cualquiera que haya pasado por las aulas de un instituto o una universidad durante los últimos diez años les suenan las palabras “*moodle*” o “*campus virtual*” y cualquier

persona que haya trabajado en el departamento de administración de un centro conoce su CRM para gestionar las ventas y las matrículas de los alumnos. Classlife Education, una empresa emergente con sedes en Barcelona y Valencia, propone una solución todo en uno para gestionar todo un centro educativo bajo el paraguas de una misma plataforma. “Proponemos una solución en la nube que permita conectar a toda la comunidad, familias, alum-

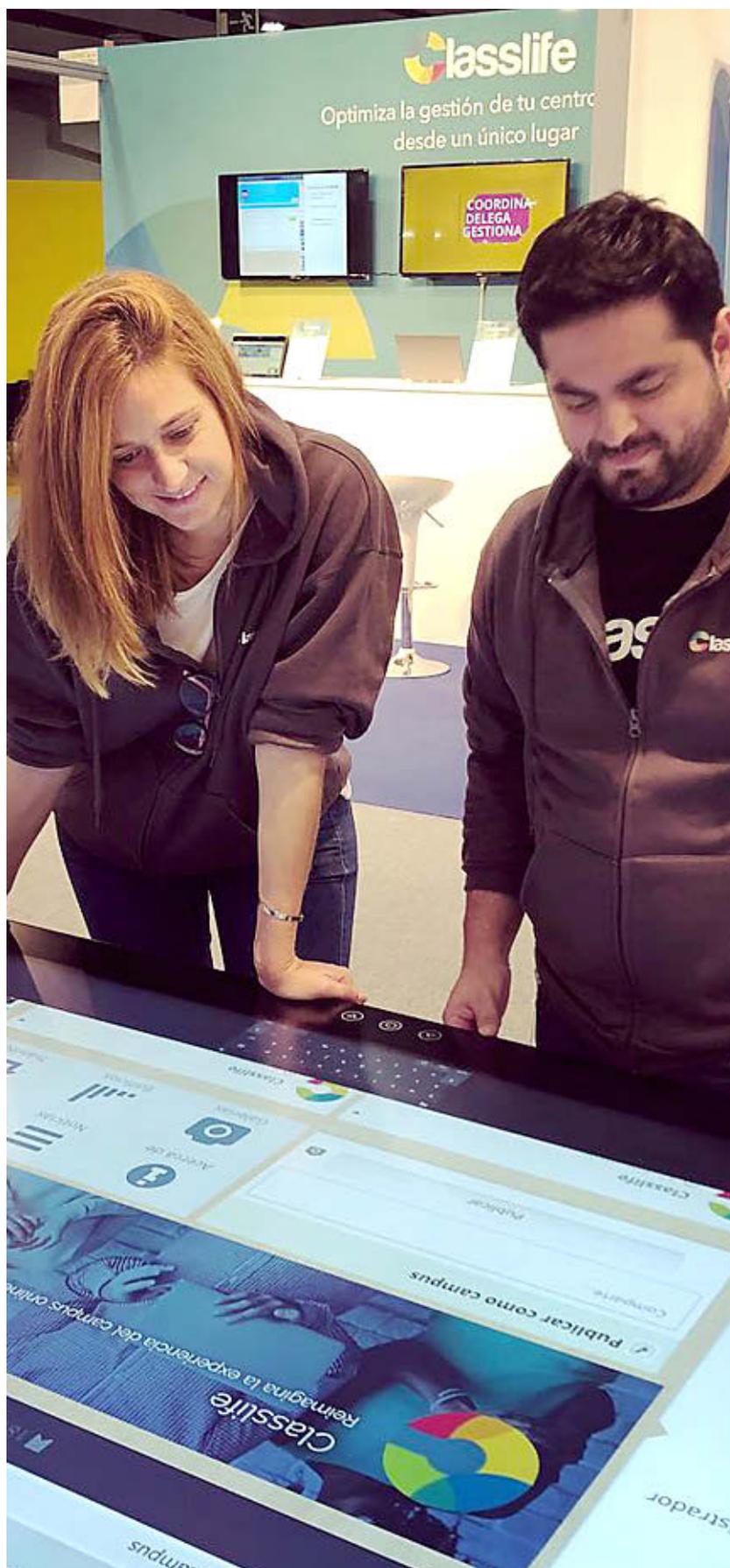
nos, profesores y trabajadores en una plataforma que controla todas las operaciones de todo un centro", dice Mario Espósito, fundador de Classlife Education. "Un centro educativo, como empresa, necesita un CRM para poder llevar la parte de ventas, luego una plataforma de gestión financiera y una secretaría académica para organizar los expedientes de los alumnos. También necesita un entorno de aula virtual y al tenerlo todo en entornos distintos la gestión se complica. Classlife es todo esto y además ofrece una implementación modular y flexible", detalla Espósito. La compañía ofrece servicios por separado o toda su plataforma y genera sus ingresos mediante la venta de la licencia de su plataforma, mediante funciones *premium* muy específicas, como la firma en línea y mediante el proceso de activación. "Entregamos la plataforma llave en mano con toda la información ya dentro y lista para funcionar", expone su fundador.

Espósito fundó Classlife Education en 2015 tras detectar él mismo esta necesidad, ya que procede del ámbito educativo tras ejercer de profesor en universidades de Guatemala y España. En 2016 llegó el lanzamiento comercial tras un año de desarrollo y en 2017 alcanzaron 15 ventas en nuevos centros. "La facturación quedó por debajo de los 100.000

Classlife Education ofrece una solución todo en uno para la gestión de centros educativos

euros ese año, pero seguíamos creciendo. En 2020 estuvimos sobre 400.000 y crecemos de forma reactiva generando contactos con centros internacionales", dice Espósito.

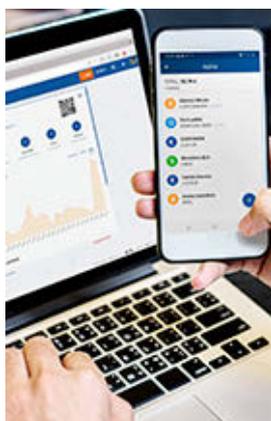
Classlife Education acaba de cerrar una ronda de financiación de 800.000 euros con el objetivo de consolidar su expansión a Latinoamérica, donde ya hay diez centros que usan su herramienta. "Seguiremos invirtiendo en Investigación y Desarrollo, marketing y ventas también", adelanta Espósito, que explica que, para 2022, pasarán de los 12 trabajadores a los 24. La vocación de Classlife Education es internacional y su futuro ideal pasaría, según su fundador, "por ser la referencia mundial de la gestión administrativa de los centros educativos. Queremos tener impacto en todo el mundo". Para ello, el punto de mira está puesto en Estados Unidos, donde ya hay un centro que usa su plataforma. El salto, según Espósito, podría darse a partir de finales de 2022. "Será cuando hayamos probado la efectividad de nuestro plan de expansión internacional actual. Entonces enfocaremos otra ronda de financiación, una Serie A, que nos permita tener los recursos adecuados para afrontar un mercado tan importante como el estadounidense".



Classlife ofrece una plataforma para gestionar centros educativos.

Criptomonedas

Bit2Me cierra una ronda de inversión de un millón de euros



Bit2Me, la *startup* pionera fundada en 2014 y especializada en tecnología financiera *blockchain* y criptomonedas, recibe la inversión de un millón de euros de Inveready, gestora líder en capital riesgo que ha financiado *startups* como MásMóvil y que busca invertir en proyectos de alto componente innovador y tecnológico. Tras seis años a pulmón, duplicando su facturación y con beneficios, Bit2Me cierra su primera ronda de financiación con el fondo de inversión internacional Inveready. La misión que persigue la empresa es facilitar el acceso y la gestión de criptomonedas a cualquiera que desee comprar o vender bitcoin y otras monedas digitales descentralizadas. Según Leif Ferreira, consejero de-

legado de la empresa, "Bit2Me es un alternativa completa a un banco, en el que conviven criptomonedas y el dinero tradicional, como el euro". Desde su plataforma Bit2Me ha transaccionado más de 150 millones de euros, suma cuya valoración a día de hoy es superior a 2.000 millones de euros para sus usuarios. Actualmente da servicio en más de 100 países, con más de 100.000 clientes registrados en su plataforma y un equipo de casi 50 empleados. La *fin-tech* va a centrar su crecimiento en tres líneas principales, el crecimiento geográfico potenciando la internacionalización, el desarrollo de nuevos productos y la ampliación de sus presupuestos en campañas de *marketing*.

Transformación digital

Seidor y Leitat firman una alianza tecnológica estratégica



Seidor, consultora multinacional especializada en servicios y soluciones tecnológicas, y Leitat han llegado a un acuerdo con el objetivo de acelerar los procesos de digitalización de la entidad catalana y reforzar su posición como centro de referencia en proyectos tecnológicos de I+D, en ámbitos como el 3D Printing, la Inteligencia Artificial o la ciberseguridad. El origen de esta colaboración surge en el proceso puesto en marcha por Leitat para digitalizar sus procesos internos de gestión y avanzar en su Plan de Transformación Digital. Para llevar a cabo dicho cometido, Leitat ha apostado por SAP, la solución de planificación de recursos empresariales

líder del mercado, y lo hace a través de Seidor, el proveedor líder de este tipo de soluciones.

Además, el acuerdo también contempla que Seidor sea el partner de Leitat, para apoyar la transformación digital de las empresas con el fin de potenciar su competitividad e impulsar el desarrollo de sus proyectos de I+D. Para ello, Seidor se incorporará a la iniciativa DFactory, impulsada conjuntamente por el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona (CZFB) y Leitat, con el objetivo de posicionar Barcelona como epicentro de la economía 4.0 en Europa. Un espacio donde Seidor desarrollará sus proyectos.

Inversión y financiación

Upbizzor logra 32 millones de financiación para 'startups'

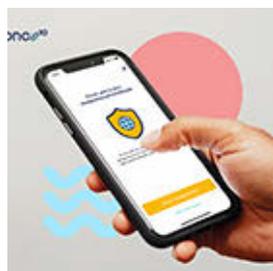


La consultora financiera independiente Upbizzor levantó 32 millones de euros en financiación no dilutiva en 2020 para *startups* y pymes, un 30% más respecto al 2019. De cara al 2021 prevé aumentar esta cifra en un 20% y superar los 38 millones de euros gracias a los fondos europeos. En total ha sumado más de 350 solicitudes de financiación, frente a los 120 presentadas el año anterior. Algunas de las *startups* que han recibido financiación este 2020 son Aplanet, Bloobirds, Born Rosé, Goxo, Syra, Coffee, Innovamat, Hubuc, AllWomen, BlaineBox, Factorial, Plaroo, Worldpats o Gamestry, entre otras. Además, su cartera de clientes ha aumentado en un 50% res-

pecto al 2019; lo que supone un total de 300 *startups* y pymes de todos los sectores de actividad, que han recibido servicio en las diferentes áreas de consultoría de negocios, finanzas y legal. Actualmente, la firma trabaja en dos nuevas líneas de negocio destinadas a la capacitación de talento y al desarrollo tecnológico de las empresas.

Asimismo, Upbizzor mantiene la tendencia de crecimiento aumentando su plantilla de 12 a 20 personas. Además, la empresa ha anunciado la apertura inminente de una sede en Valencia a medio plazo y prevé dar el salto a Madrid.

La nueva banca

Bnc10 lanza un servicio de seguros bajo demanda

Bnc10, una tecnológica financiera de Barcelona que ya cuenta con más de 50.000 clientes, acaba de lanzar un nuevo servicio de seguros bajo demanda tanto para teléfonos móviles como para movilidad urbana, entre los que se encuentran los patinetes y bicicletas mecánicas y eléctricas, gracias a su alianza estratégica con Weecover. Bnc10 promete una selección actualizada de los seguros más ajustados, en precio y coberturas, a las necesidades de

los usuarios. Esta nueva oferta ofrece seguros 100% digitales, desde la contratación, peritación y gestión, hasta la información de pólizas, todo en la palma de la mano del usuario. Esto significa poder gestionar los seguros en cuestión de clics y desde cualquier lugar, y una atención personalizada con la posibilidad de contactar el servicio siempre y cuando se necesite. Bnc10 ofrece sin coste ni comisiones una cuenta con Iban español y una tarjeta prepago.

Comercio electrónico

Tuandco creció un 22% en 2020 gracias al auge del 'e-commerce'

El comercio electrónico catalán especializado en la venta *online* de productos de calefacción, hogar y jardín, ferretería, piscinas y cocina, Tuandco cerró el año pasado con un crecimiento muy notable a pesar de la incertidumbre generada por la pandemia del coronavirus. Tuandco asegura haber sabido adaptarse rápidamente a la situación de incertidumbre creada por el Covid-19 y gracias a ello, además de los acuerdos alcanzados con los principales ac-

tores del sector, como Ariston, Ferroli, Simonrack y Grohe ha podido alcanzar un crecimiento superior a las dos cifras, concretamente del 22%.

Según admite la misma compañía, esperaban que su crecimiento pudiera ser muy superior pero la pandemia provocó retrasos en el proceso de distribución y producción de sus proveedores a lo largo del ejercicio.

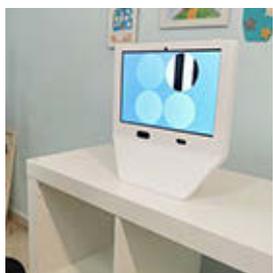
Venta online

Tradeinn cierra 2020 con una facturación de 288 millones de euros

Tradeinn, uno de los principales grupos de venta online de material deportivo del mundo, cerró 2020 con una facturación de 288 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 53% respecto a 2019, cuando la facturación ascendió hasta los 188 millones de euros. Tradeinn gestionó el año pasado cerca de 5,5 millones de pedidos. Según su consejero delegado y fundador, David Martin, "un año más, superamos las previsiones más optimistas: hace

pocas semanas esperábamos cerrar el ejercicio con 250 millones de euros de ventas, y finalmente hemos superado esa cifra en más de 30 millones". En los próximos meses, la compañía de venta de productos deportivos tiene previsto ampliar su sede desde los 15.000 metros cuadrados actuales hasta los 35.000 metros cuadrados, una ampliación que supondrá incrementar el espacio en más de un 100% para seguir creciendo.

Salud y tecnología

Dive Medical capta 300.000 euros en una ronda liderada por el Sabadell

Dive Medical, una compañía biotecnológica que ha desarrollado una solución completa para la evaluación de la función visual y el diagnóstico temprano de problemas visuales, pensada principalmente para pacientes no colaboradores, especialmente indicada para pediatría, aplicable desde los seis meses de edad, ha cerrado una ronda de financiación de 300.000 euros. La ronda ha estado liderada por BStartup Health, el programa dedicada a las empre-

sas emergentes de salud del Banco Sabadell, cerrando así las tres inversiones realizadas en la tercera convocatoria de su programa. A la ronda se han incorporado CECOP, comunidad global líder en el sector óptico, inversores de la Red de Business Angels del IESE y de Havard Business Angels de España y Francesc Anderu Coma. "Esta ronda nos permitirá desplegar nuestro plan comercial", dice Mabel Gimeno, su consejero delegado.

**Pep Garcia**

Economista y director general de Maxchief Europe

La segunda revolución China: de fábrica 'low cost' del mundo a líder mundial de la tecnología

Muchas personas todavía tienen una idea equivocada de China. La ven como la fábrica *low cost* del mundo. Piensan en un modelo basado en una gran capacidad productiva de productos poco originales, de baja calidad y que basa su competitividad en la mano de obra barata. Nada más lejos de la realidad. En los últimos años China se ha convertido en el líder tecnológico del mundo. Si bien podemos decir que el primer milagro económico de China ha sido ser capaz de sacar de la pobreza a 800 millones de personas en apenas 40 años, el siguiente logro espectacular del gigante asiático ha consistido en ser capaz de pasar de ser una economía poco competitiva que fabricaba millones de productos considerados de baja calidad, a liderar el mercado mundial de nuevas tecnologías. Una economía basada en la I+D, el talento y la innovación.

China encabeza en la actualidad sectores altamente tecnológicos como la robótica, las infraestructuras físicas y tecnológicas, el reconocimiento facial, la agricultura sostenible, el pago con móvil o los medios de comunicación. En octubre de 2017, el presidente Xi Jinping en su discurso pronunciado en el Congreso del Partido, instó a la nación a convertirse en adalid de la inteligencia artificial porque, como dijo, estaba llamada a ser una tecnología que cambiaría el mundo. Para lograr este objetivo en 2030 se movilizó un gran volumen de inversión que algunas fuentes cifran alrededor de los 150.000 millones de dólares.

China también fue uno de los primeros países del mundo en lanzar servicios comerciales de 5G, durante el año 2019. Desde entonces, va a la cabeza en la carrera internacional por el despliegue de las redes que serán decisivas para la productividad y la competitividad internacional. En concreto, el 5G dará cobertura tanto a la nueva economía que generará el internet de las cosas (IoT), como a una población mundial cada vez más conectada. Los expertos consideran que el 5G, el internet de las cosas y la inteligencia artificial configurarán un nuevo entorno de competitividad global, con especial impacto en el sector manufacturero. Las grandes transformaciones estratégicas se hacen partiendo de una gran capacidad de visión, tomando las decisiones acertadas, invirtiendo los recursos necesarios y con una excelente ejecución de los proyectos. El gobierno del titán



asiático tuvo en su momento la visión correcta y ha sabido implementar las políticas adecuadas, dotándolas de ingentes recursos para convertir a China en líder mundial de la tecnología. En este nuevo contexto competitivo global basado en la I+D y la innovación tecnológica, cabe destacar el talento como un elemento fundamental de presente y futuro.

En el plan quinquenal aprobado en 2006, China planteó un objetivo que ha continuado presente en los sucesivos planes de 2011 y 2016. Se trataba de asumir el liderazgo mundial en el mayor número de campos posibles: infraestructuras, energía, automoción, electrónica, etc. Para conseguir este importante reto, en 2008 se puso en marcha el "Plan de los mil talentos" con el objetivo de identificar y lograr el regreso de destacados académicos y profesionales que se hallaban en el exterior. Esta medida revolucionaria consistió en ofrecer a todos los científicos de origen chino unas condiciones económicas y de trabajo superiores a las que gozaban en los países donde trabajaban hasta ese momento. El presidente Xi Jinping afirmó en 2013 que tenían que apoyar a las personas para que fueran a estudiar al extranjero, pero que era tanto o más importante facilitar su retorno a China. El tiempo ha demostrado que los profesionales y los estudiantes chinos retornados se han convertido en un gran motor del emprendimiento y la innovación del país. En el plan quinquenal de 2016 se dio un paso más allá y se incluyeron medidas para reclutar talento científico de cualquier país, ofreciéndoles excelentes condiciones, tanto de vida como profesionales, para dedicar unos períodos no inferiores a cinco años investigando en China.



■

En pocos años China se ha posicionado de forma ventajosa para competir en un nuevo entorno competitivo tecnológico

■

La ciudad de Shenzhen es un caso ejemplificador del éxito del modelo chino. Hace 40 años era un pequeño pueblo pesquero con un gran índice de pobreza entre la población. Hoy Shenzhen es una ciudad de 12 millones de habitantes con una media de edad que roza la treintena y que alberga más de 11.000 empresas tecnológicas, entre ellas Huawei, Tencent (WeChat), DJI ó ZTE. Tanto es así que Shenzhen está considerada como el Silicon Valley de China. Su renta per cápita ha pasado de los 74 euros a los 24.000 anuales. El 40% de su PIB es generado por empresas relacionadas con la innovación en sectores como la biotecnología, las energías alternativas, internet y la tecnología. Desde el 2013 ha venido invirtiendo en I+D el 4% de su PIB. En Shenzhen se registran la mitad de las patentes de China. La ciudad ha creado un ecosistema innovador que atrae inversiones y *startups*, convirtiéndose en un centro tecnológico líder mundial en temas tan fundamentales como la tecnología 5G.

El sistema desarrollado basado en una planificación visionaria, unas inversiones ingentes en I+D, infraestructuras físicas y tecnológicas, y en la formación y atracción del talento mundial, es un éxito sin precedentes. En pocos años China se ha posicionado de forma ventajosa para competir en un nuevo entorno competitivo tecnológico y global. Ahora los grandes retos del país más poblado del mundo pasan por seguir creciendo al menos al 5% hasta 2035 para equilibrar la distribución de riqueza de su población a la vez de reducir la contaminación medioambiental. En el futuro sólo existirán dos tipos de países, los creadores de tecnología y los seguidores, que se verán obligados a utilizar la tecnología generada por los países líderes tecnológicos. Desgraciadamente España, con una inversión ridícula en I+D del 1,24% de su PIB parece condenada al vagón de cola en esta carrera si no reacciona rápidamente.

El ejemplo chino debería ser una referencia ante la miopía de nuestros gobernantes que carecen de la visión necesaria para apostar de forma valiente y decidida por la inversión en I+D, por la innovación, por la reindustrialización tecnológica, y por la formación, atracción y retención de talento. Sin visión no se pueden adoptar las estrategias apropiadas. Sin soberanía tecnológica no hay competitividad, sino dependencia. Sin inversión en I+D y talento no hay innovación.



ORIOI CANUT

El director general de GreenChem Solutions, el principal distribuidor de AdBlue en España, expone la situación actual de la empresa y cómo encara un futuro electrificado

Por Àlex Soler. Fotos: eE

GreenChem Solutions ingresó un 4% más de lo esperado pese a la pandemia y a la caída del diésel

El AdBlue se ha convertido en un elemento clave en automoción, pero muchos de los conductores no conocen ni qué es ni para qué sirve, exactamente. Ni siquiera los conductores de vehículos propulsados por diésel, los que hacen uso del AdBlue, lo tienen muy claro. Esta sustancia es una solución de urea y agua que se inyecta en el sistema de escape de los diésel mo-

dernos para neutralizar las emisiones de Óxidos de Nitrógeno, un gas nocivo para las personas, y transformarlas en nitrógeno, agua y CO₂. Este sistema es un añadido bastante nuevo en los turismos, pero en los vehículos industriales, que se propulsan por diésel, son algo habitual desde hace años. Gracias al AdBlue, los vehículos diésel no solo emiten menos CO₂ que los gasolina, sino que se

han despojado de los NOx, su principal punto flojo. GreenChem Solutions es una de las empresas líderes en producción, comercialización y distribución de AdBlue en España y Portugal. Liderada por Oriol Canut, su filial española acumula una cuota de mercado del 30% en la Península.

Tal y como explica Canut, GreenChem es fabricante y comercializadora de AdBlue como única actividad, pero hay servicios complementarios, como la instalación de equipamiento y la comunicación: "El diésel, a nivel general, tiene un gran problema, la negativa opinión pública que despierta a raíz del diéselgate y un discurso demonizador desde la administración pública motivada por el interés. GreenChem, a través de un equipo de comunicación con Elena Viu a la cabeza, se esfuerzan no solo en contar las bondades del AdBlue, sino en reivindicar la validez del diésel en el proceso de descarbonización de la movilidad". "Queremos comunicar qué es el AdBlue para que la gente lo conozca, porque hay muchos que hasta que no ven encendido el piloto

carburante? La respuesta es: gracias al vehículo industrial pesado. "GreenChem concentra entre el 90 y el 95% de sus ventas en el vehículo pesado", dice Canut. "Los camiones no dejaron de trabajar durante la pandemia", añade.

En cuanto al futuro, nadie tiene claro qué pasará con la industria automotriz, que parece abocada a la electrificación y al abandono paulatino del diésel y la gasolina. "A 20 años vista todo será distinto, pero para el transporte pesado no hay una alternativa al diésel. En ese sentido dentro de 20 años puede ser que nuestro mercado no haya crecido, pero sí se va a mantener", admite Canut. La electrificación es una alternativa casi imposible, de momento, para los camiones, por su peso, y alternativas que podrían ser válidas, como el hidrógeno, todavía están muy verdes. "En el turismo, las expectativas son bajas", admite. No en vano muchos países han puesto ya una fecha para el cese de las ventas de este tipo de coches. "Pero durante los próximos cinco años se seguirán vendiendo 250.000 turismos diésel

GreenChem acumula una cuota de mercado del AdBlue en España y Portugal del 30%

La actividad del transporte pesado ha permitido a GreenChem mejorar más de lo esperado en 2020



de la reserva de AdBlue no se preguntan lo que es", explica Viu.

GreenChem opera en España desde 2005 y desde entonces ha mantenido un crecimiento constante. También en 2020, pese a la pandemia, cerraron mejor de lo esperado. "El AdBlue es un bien esencial y desde el principio nos dejaron mantener las oficinas abiertas, al igual que nuestros socios de distribución. Pudimos seguir trabajando", explica Canut. "En marzo y abril cayó el mercado, pero luego la recuperación ha sido muy buena. La facturación fue el año pasado un 4% más alta de lo presupuestado, es decir, mejor que lo esperado en un escenario libre de Covid", añade. Las ventas de GreenChem en España, en cuanto a litros, estuvieron un 8% por encima y el resultado neto, aunque no detallado, también fue mejor. ¿Cómo es posible que en un contexto de disminución radical de la movilidad se haya vendido más AdBlue? La respuesta es también la que permite despejar otra incógnita: ¿Cuál es el futuro de una empresa que centra su actividad en un

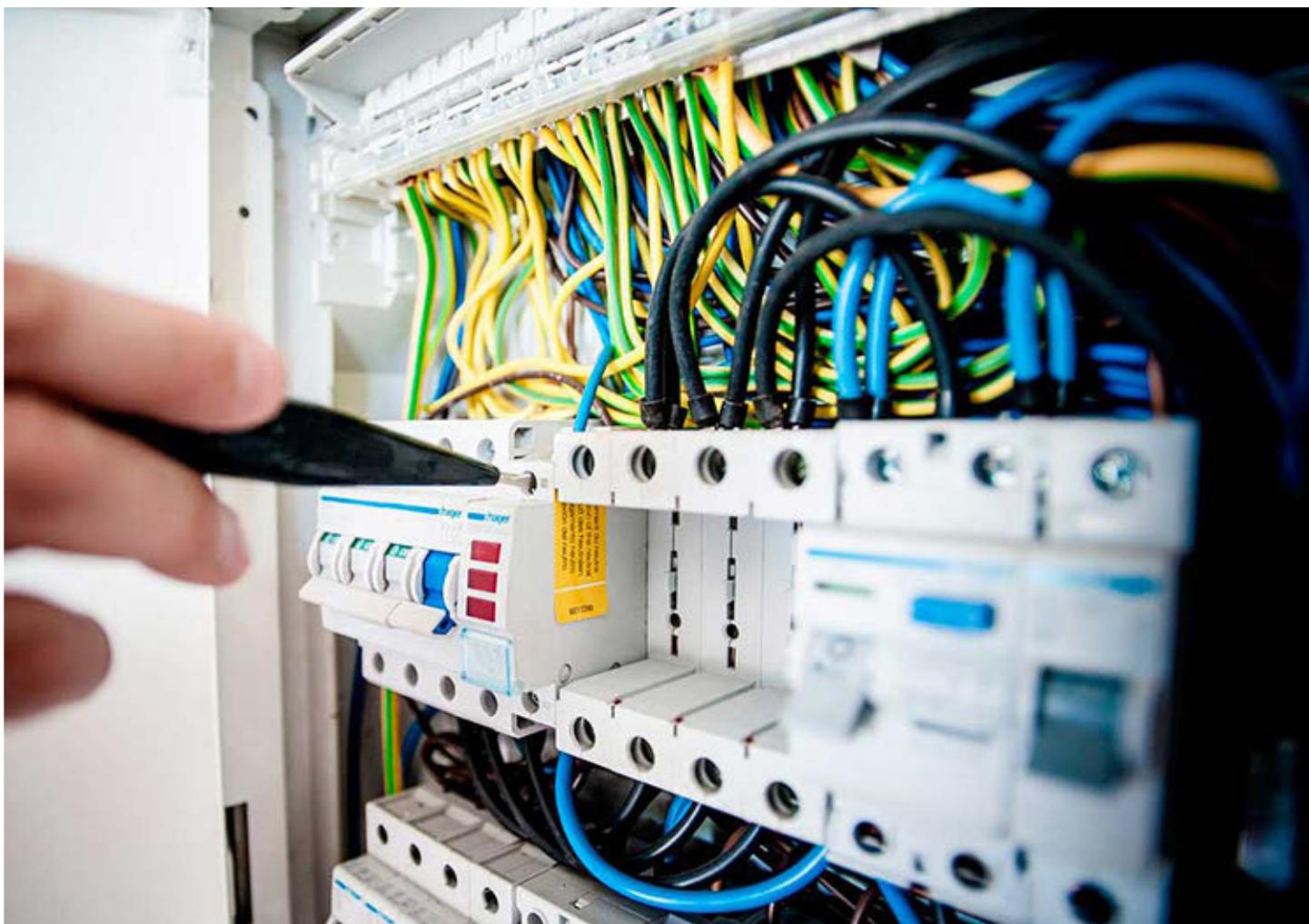
sel en España al año, todos equipados con el catalizador SCR con inyector de AdBlue", añade.

Para 2021, desde GreenChem no esperan grandes cambios respecto a 2020, pero sí esperan mantenerse en la senda del crecimiento que recorren desde su puesta en marcha en España. "No será distinto a nivel de negocio. No esperamos altibajos ni sorpresas positivas. Nosotros continuaremos haciendo nuestro camino y seguiremos desarrollando nuestro plan de instalación de equipamiento en estaciones de servicio y esperamos que el año sea tan bueno como 2020", estima Canut.

Para Oriol Canut, el futuro ideal para la empresa no pasa por un crecimiento exponencial o una mejora importante de las ventas. "Pasaría por conseguir a nivel administrativo una apuesta por la neutralidad tecnológica con el objetivo de reducir emisiones, teniendo en cuenta las tecnologías que, como el diésel, han aportado mejoras sustanciales para contribuir a la descarbonización de la movilidad".

La solución de GreenChem para las estaciones de servicio

GreenChem Solutions, además de producir, comercializar y distribuir AdBlue en España, se dedica a recorrer las estaciones de servicio de las carreteras del país para ofrecer la instalación de un punto de repostaje para vehículos particulares y camiones. Sus intenciones pasan por haber instalado hasta 500 para 2022 desde 2017. Pasada la mitad del tiempo, ya han conseguido 249, es decir, están por la mitad del camino. "A finales de 2022 no sabemos si habremos llegado, pero lo importante no es tanto el objetivo, sino el camino. Es una parte del negocio muy agradable porque te reciben con los brazos abiertos", explica Oriol Canut, director general de GreenChem en España. "Nosotros les ofrecemos la parte financiera hecha, una solución de pago de una cuota mensual, es como un 'rentig'. Les hacemos un paquete promocional con panfletos informativos, hemos entregado geles hidroalcolhólicos durante la pandemia y les damos una bandera con el logotipo de la marca y el producto", añade. De este modo, los usuarios de turismos y camiones diésel pueden ver qué estaciones de servicio disponen de AdBlue y parar. "Atraemos clientes a sus establecimientos", explica. Al ser un elemento sin el cual no funcionan los coches diésel actuales, el AdBlue es un atractivo.



El fraude energético provoca cortes de luz que afectan a cientos de miles de personas.

Fraude energético, una lacra que sufren empresas y usuarios

El fraude energético crece en Catalunya principalmente a raíz de las plantaciones ilegales de marihuana, con consecuencias fatales para usuarios, que sufren cortes de luz que pueden resultar fatales, y empresas, que recurren al corte energético para evitar sobrecargas y posibles accidentes

Àlex Soler. Fotos: eE

El fraude energético se ha convertido en una lacra que afecta no solo a las compañías del sector como Endesa, que distribuye el 90% de la electricidad en Catalunya, sino también a miles de personas que sufren cortes de luz, con, en algunos casos, consecuencias fatales. Durante los últimos años, según datos de la misma Endesa, se han defraudado millones de kWh en la red catalana. El perfil de defraudador es muy variado, pasan-

do desde los que usan la energía para cultivar grandes cantidades de marihuana, algo que dispara el consumo de luz, hasta el particular que empalma algunos cables para ahorrarse algunos euros. En cualquier caso, sobre todo por culpa de los primeros, las redes pueden sufrir sobrecargas porque no están adaptadas al incremento del consumo que supone una plantación de marihuana. En ese caso pueden suceder dos cosas, que Endesa corte el su-

ministro energético para evitar que se produzcan accidentes derivados de la sobrecarga o, por contra, que la compañía no se anticipe y termine ocurriendo una desgracia.

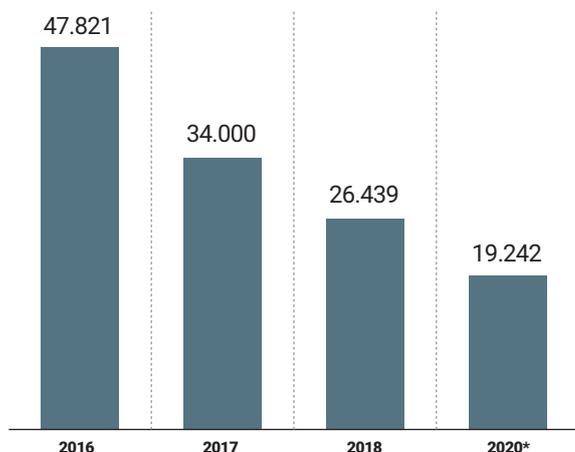
Según Endesa, el perfil habitual de defraudador energético son grandes consumidores, desde empresas hasta los cultivos. De hecho, durante el último lustro han aflorado incontables cultivos de marihuana directamente asociados a fraudes energéticos. Solo durante el primer semestre de 2020, la Guardia Civil intervino en 225 cultivos un total de más de 5.000 kilos de marihuana, a los que hay que sumar 1.385 kilos más requisados por la Policía Nacional hasta agosto de 2020. Asimismo, a finales de año los *Mossos d'Esquadra* localizaron 55 plantaciones en ciudades como Salou, Reus, el Vendrell y Fonteta. En estas últimas, todas cometían fraude eléctrico. Por último, la



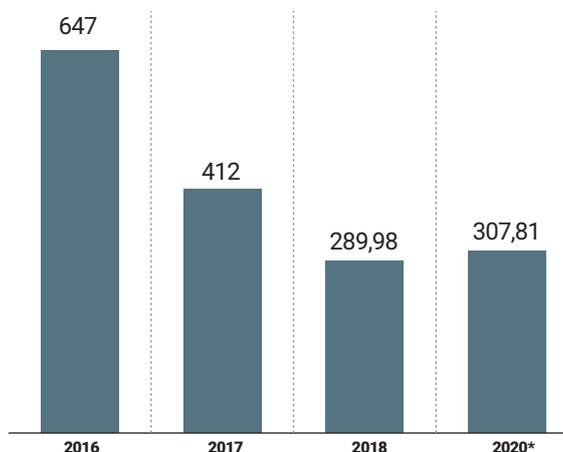
Plantación incautada por la Guardia Civil.

El fraude energético en Catalunya

Expedientes

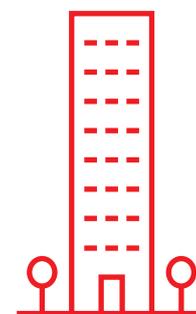


kWh defraudados (millones)



Consumo anual de un hogar promedio

3.170 kWh



Fuente: Endesa. (*) Datos hasta octubre.

elEconomista

Agencia Tributaria desmanteló en diciembre una plantación en Badalona con 2.133 plantas a punto para ser distribuidas. De nuevo, la nave estaba conectada ilegalmente a la red eléctrica. Según el comunicado oficial, las conexiones estaban parcialmente fundidas y el riesgo de incendio era inminente. La policía catalana cerró el año con 358 intervenciones en cultivos ilegales. Catalunya, por su situación geográfica y legislación, es casi un paraíso para cultivar esta planta. Prueba de ello es que, con datos de 2018, la región concentró la mitad del fraude energético registrado en toda España. Ese año, Endesa detectó 34.000 casos de fraude eléctrico, abrió 26.439 expedientes y cifró en 289.98 millones de kWh la energía defraudada. El consumo medio de un hogar en todo un año apenas supera los 3.000 kWh. Cuando se cultiva marihuana, el consumo energético se dispara y se multiplica por 20.

La Generalitat trabaja para actuar con rapidez y evitar que se produzcan cortes de luz que afecten a personas que pagan religiosamente su consumo eléctrico. Solo en Catalunya, se calcula que casi 400.000 hogares pueden sufrir cortes de luz derivados del cultivo de marihuana, aunque es una cifra orientativa. Este mes de febrero, Endesa entregará a la Generalitat una lista de los cortes de luz para decidir las próximas acciones que se llevarán a cabo. De momento, el pasado mes de enero se reunieron representantes de los departamentos de Interior y Empresa y Conocimiento de la Generalitat para coordinar la lucha contra el fraude en el suministro eléctrico, que tras mantener una tendencia a la baja durante el último lustro, volvió a dispararse el año pasado. "El fraude en el ámbito eléctrico también pone en riesgo la seguridad y el bienestar de personas y bienes", dijo Manel To-



Una plantación de marihuana multiplica por 20 el consumo energético en redes no preparadas para soportarlo.

rent, director general de Energía, al terminar dicha reunión.

Posibles medidas

Los cortes de luz derivados de esta conexión fraudulenta a la red eléctrica provocan el malestar de cientos de miles de ciudadanos, que pueden sufrir parones de entre minutos a horas que, por ejemplo, pueden echar a perder toda la reserva de comida de la nevera o dejar a un hogar sin calefacción. Sin embargo, estos usuarios seguirán pagando la cifra que Endesa les pida por su consumo cuando toca porque si no pueden enfrentarse a acciones legales. De momento, para luchar contra esta problemática social, la Generalitat ha interpuesto hasta 90 sanciones a las distribuidoras por valor de 7,2 millones de euros desde 2015 por la deficiente calidad del servicio que ofrecen. Aunque muchas veces se deriva del fraude, no deben pagar justos por pecadores. Al mismo tiempo, se están explorando medidas a nivel legislativo para minimizar los fraudes no derivados del cultivo ilegal de marihuana, como el derivado de la ocupación o la pobreza energética. En los pisos ocupados no hay contadores y se opta por el fraude para obtener energía en dichos hogares, al tiempo que las personas sin medios económicos para pagar el recibo, pueden pensar en el fraude como última opción antes que vivir apagados.

Desde las compañías energéticas y de otros sectores, como es el caso de la Fundación Empresa, Se-

guridad y Sociedad (Esys), cuyos patronos son Endesa, Telefónica y Prosegur, entienden que no deben cargar ellos mismos con el peso y la culpa del fraude energético y por eso han pedido al Gobierno que se establezcan penas de cárcel de tres a cinco años, similares a las existentes en Alemania, Italia y Francia, para atajar el robo de electricidad. En coste económico a nivel español, el fraude alcanza los 150 millones de euros anuales. Según un informe publicado por Esys, la situación es muy complica-

400.000

Número estimado de hogares catalanes que sufren cortes de luz por culpa del fraude

da y el robo de energía es muy difícil de detectar porque sin una revisión en el lugar donde se produce dicho fraude solo se pueden detectar subidas puntuales de la demanda energética y un aumento de las pérdidas en las redes. Esys apunta que para cometer fraude hacen falta técnicos capaces de manipular redes, realizar dobles acometidas y manipular los modernos contadores digitales, algo que exige conocimientos muy especializados. La legislación española y catalana prevé medidas muy suaves comparadas con el extranjero, como la suspensión del suministro, algo que entienden es insuficiente e instan a optar por penas de cárcel y multas.

Ambientación urbana

Cementos Molins se refuerza en España con el control de Escofet



Cementos Molins reforzó su negocio en España con la toma de control de Escofet 1886, compañía especializada en el diseño e industrialización de elementos urbanos y hormigón arquitectónico. Con esta operación, materializada a través de la compra de participaciones a los dos primeros accionistas familiares de Escofet 1886, así como a otros más pequeños, Cementos Molins ha pasado de tener el 37% de las acciones a alcanzar el 76%. La presencia de Cementos Molins en el accionariado de Escofet se remonta a 1989, cuando adquirió el 25% de la sociedad. La operación permitirá acelerar el crecimiento del negocio y aprovechar un gran potencial de sinergias gracias al prestigio de la marca Es-

cofet y sus diseños innovadores junto a la competencia técnica e industrial de Cementos Molins y a su músculo financiero.

Escofet 1886, con casi 135 años de experiencia, tiene su sede en Martorell y cuenta con una plantilla de 88 trabajadores. En 2019 obtuvo una facturación de 14 millones de euros y se focaliza en los negocios de ambientación urbana, que incluye mobiliario de hormigón, mobiliario multimaterial, pavimentos e iluminación, y en el de hormigón arquitectónico, que comprende elementos de fachada, cerramientos y elementos singulares, fabricados en hormigón autocompactante.

Por 34 millones

Patrizia adquiere un edificio residencial en el 22@ de Barcelona



Patrizia AG, socio líder en activos inmobiliarios globales, ha adquirido un edificio residencial nuevo en el distrito 22@ de Barcelona por 34 millones de euros. Se trata de un activo de primer nivel destinado al alquiler, completado en diciembre y equipado con todo tipo de *amenities*. El edificio, *build to rent*, promocionado por Mimeisa Asset Management, cuenta con una superficie total edificable de 7.054 metros cuadrados, siete pisos de altura e integra 59 viviendas, 66 plazas de aparcamiento y 30 trasteros. Entre sus zonas comunes, destaca la piscina de su azotea, un parque infantil y un gimnasio, y cumple con los más altos estándares de sostenibilidad, co-

mo acredita su sello Breeam con una calificación *muy buena*. Una apuesta residencial pionera que incorpora soluciones tecnológicas Smart adaptadas para mejorar e integrar la calidad de vida de sus ocupantes en el centro emprendedor de la ciudad.

Con esta adquisición Patrizia refuerza su presencia en el 22@ de Barcelona, el que la firma ya contaba con seis activos en diferentes segmentos. Incluido el edificio Diagrame, actualmente en construcción y que habilitará 15.000 metros cuadrados de oficinas a lo largo de 2021. En total, cuenta con activos valorados en 200 millones en el distrito.

Mercancías

El Puerto de Tarragona creció un 5% en diciembre



El Puerto de Tarragona creció en diciembre de 2020 un 4,9% respecto al mismo período del año anterior. Los signos de recuperación mostrados por el Puerto de Tarragona durante el mes de diciembre en el tráfico marítimo de mercancías se muestran en los 2,47 millones de toneladas movidas. El porcentaje de crecimiento del mes de diciembre mejora si no se tiene en cuenta el carbón y el petróleo, situándose este crecimiento en el 8,2%. Un tráfico que ha reducido mucho su presencia este año en los muelles de Tarragona por la aplicación de las medidas medioambientales europeas en cuanto a producción eléctrica con carbón.

El mes de diciembre de 2020 estuvo el cuarto mejor mes del año, después de una tendencia al alza iniciada el mes de agosto. En estos cuatro meses, el Puerto de Tarragona experimentó una inercia positiva, mejorando datos del año 2019, que fue un año récord para el Puerto de Tarragona.

Por mercancías, los productos energéticos continúan aportando el peso principal de los transportes del puerto. El incremento positivo en este tráfico ha sido del 14,5%, siendo el gasóleo, el fuel y el crudo de petróleo los más destacados, resaltando el incremento de los biocombustibles del 8,5%.

Pasó 2020, pero 2021 arranca con la tercera ola azotando Catalunya y más restricciones

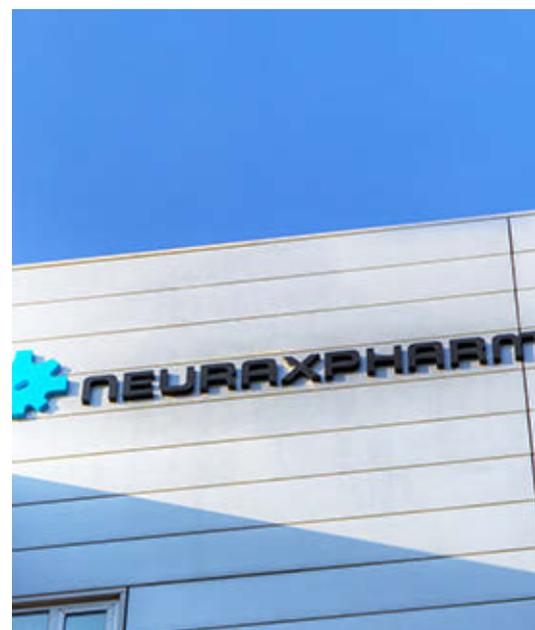
Restricciones y UCI colapsadas. Este es el panorama en Catalunya tras el cambio de año y unas Navidades bastante distendidas. Pocos eventos se llevaron a cabo en enero, aunque festivales como el BCNegra se han adaptado para capear al virus y no morir

Àlex Soler. Fotos: eE



Los trabajadores de Iqoxe se concentran en memoria de las víctimas de 2020

Ha pasado un año desde el accidente de Iqoxe, que sacudió el Camp de Tarragona y se tradujo en la primera huelga general de la petroquímica de Tarragona. Un año después, todavía no hay planes de seguridad bien definidos.



Neuraxpharm aterriza en Japón

La empresa farmacéutica catalana lanzó en enero su primer producto en Japón bajo la marca recién adquirida Buccolam, una solución bucal.



Aldi abrirá cinco nuevos supermercados en 2021

Las aperturas están programadas para el primer semestre de 2021 y quiere cerrar el año con 40 nuevas tiendas en toda España.

Catalunya

elEconomista.es

Universitarios catalanes compiten para demostrar su talento en un programa educativo nacional

Un total de 74 universitarios de cinco universidades de Catalunya se han inscrito para participar en la primera edición del programa educativo de simulación empresarial *Business Talents*, que tiene como objetivo promover la cultura emprendedora entre los universitarios de España.



Trioteca genera 500 millones en negocio hipotecario

Trioteca cerró el 2020 con un crecimiento del 250%. La empresa ha gestionado 2.500 hipotecas por valor de 500 millones de euros y prevé crecer un 200%.



En 2020 no se superaron los niveles de NOx de 2019

Por primera vez, los niveles de óxidos de nitrógeno no se superaron respecto al año anterior en ninguna medición, gracias a las restricciones por el Covid.



Audax incorpora nuevos proyectos fotovoltaicos

Audax sigue incorporando nuevos proyectos fotovoltaicos que suman hasta 69 MWp, desglosados varias localizaciones de España, como Jadraque, en Guadalajara.



Adecco y CaixaBank impulsan el empleo

Adecco y CaixaBank unen sus esfuerzos para impulsar el empleo de los más vulnerables durante la pandemia con el proyecto #Empleoparatodos.



Catalana Occidente renueva como patrocinador del Básquet Manresa
Seguros Catalana Occidente reafirma así su compromiso con el club catalán, al que apoya desde 2009, y con el deporte y la labor formativa que lleva a cabo.



Naturgy ultima una nueva instalación en Cerdanyola

La compañía ultima la puesta en marcha de la primera instalación para inyectar gas renovable procedente de vertedero en la red de distribución.



Ansu Fati protagoniza el nuevo anuncio de Cupra

El joven jugador del FC Barcelona protagoniza el anuncio del Cupra e-Born, que se convertirá en el primer coche 100% eléctrico de la marca.



BCNegra sobrevive en formato virtual

A finales de enero BCNegra se adaptó al virus con una edición 100% virtual con 52 actos y mesas redondas.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de elEconomista.es

Digital 4.0 | Factoría & Tecnología

elEconomista.es

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

Comunitat **Valenciana**

elEconomista.es

País Vasco

elEconomista.es

Andalucía

elEconomista.es

Transporte

elEconomista.es

Seguros

elEconomista.es

Inversión a fondo

elEconomista.es

Pensiones

elEconomista.es

Turismo

elEconomista.es

Alimentación y Gran Consumo

elEconomista.es

Buen Gobierno | Iuris&lex y RSC

elEconomista.es

Agua y Medio Ambiente

elEconomista.es

Capital Privado

elEconomista.es

Energía

elEconomista.es

Catalunya

elEconomista.es

Inmobiliaria

elEconomista.es

Agro

elEconomista.es

Sanidad

elEconomista.es



Disponibles en todos
los dispositivos
electrónicos

Puede acceder y descargar la revista gratuita desde su dispositivo en <https://revistas.economista.es/>





Estela López

Delegada de elEconomista en Catalunya

El difícil equilibrio entre preservar salud y otros derechos

Mucho se ha hablado en enero en la política catalana sobre si la situación epidémica en la comunidad era motivo suficiente para posponer las elecciones autonómicas. De hecho, la cuestión ha acabado en los tribunales y ni los magistrados tienen unanimidad de criterio dada la convergencia de dos derechos fundamentales: el de la salud o la vida, y el de la participación política. Pero la pandemia lleva meses creando dilemas con muchos otros derechos básicos, como el derecho a la educación -para quienes no cuentan con recursos suficientes para seguir el curso telemáticamente- o a la libre circulación -por los repetidos confinamientos y perimetrajes territoriales-.

Además, el inicio de la campaña electoral para los comicios del 14 de febrero ha generado una nueva situación de conflicto: la ley permite saltarse el confinamiento municipal vigente en Catalunya para asistir a mítines, mientras está prohibido cualquier desplazamiento para compras no esenciales o actividades de ocio, limitando todavía más el negocio a sectores ya de por sí muy castigados por limitaciones de apertura y aforo. Los partidos catalanes han acordado limitar al máximo los actos de campaña con público, e intentar que sea poco y del mismo municipio donde se celebre, pero con la ley en la mano, si alguien quiere abandonar su localidad con el pretexto de acudir a un acto político, puede hacerlo.

Asimismo, las medidas de prevención sanitaria también limitan las opciones informativas durante una campaña electoral que será eminentemente telemática. Mientras que en otros comicios los periodistas seguían a los candidatos en todos sus actos e incluso compartían alguna comida o desplazamiento, esta vez mediarán las frías pantallas del ordenador entre unos y otros, a través de imágenes realizadas por los propios partidos. Nada se sabrá de lo que pasa más allá de los focos.



EL PERSONAJE



Toni Mora

Nuevo presidente del CTESC

Toni Mora Núñez, sindicalista de CCOO, tomó posesión del cargo de presidente del Consejo de Trabajo, Económico y Social de Catalunya (CTESC) el pasado mes de enero. Nacido el 25 de abril de 1971, llega al cargo tras pasar por entidades como el Instituto Catalán de la Salud, donde fue miembro del consejo de administración; como Catsby, donde formó parte del Consejo de Dirección, o la Agencia Metropolitana de Desarrollo Económico, esta vez en el consejo asesor. Mora sucede a Lluís Franco Sala, que estaba al frente del Ctesc desde 2014.

LA CIFRA

5.128

millones de euros

La Generalitat estima que la pandemia ha tenido un impacto de 5.128 millones de euros en las finanzas públicas de la administración catalana, por el incremento del gasto en 3.826 millones adicionales y una caída de los ingresos de 1.302 millones, por la menor recaudación especialmente. Pere Aragonès, vicepresidente de la Generalitat, explicó que las finanzas cerraron el año con un déficit próximo al 0,8%, lo equivalente a unos 1.500 millones de euros. Catalunya es de las comunidades que más déficit han generado, solo por detrás de Valencia y Murcia.

El retuiteo



"La coalición electoral PSC/TSJC no decidirá hasta el 8F si hay elecciones el 14F. 'En función de las encuestas veremos', han declarado".

@gabrielrufian, diputado de ERC en el Congreso de los Diputados se queja en Twitter con tono irónico de la decisión del TSJC de suspender cautelarmente el decreto para posponer las elecciones de Catalunya y su voluntad de no decidir finalmente hasta el 8 de febrero, una fecha muy próxima a los comicios.