Revista mensual | 3 de abril de 2023 | Nº93

Catalunya

elEconomista.es

IMPACTO SOCIAL

EL PLAN 2+1 ADAPTARÁ 420 KM DE CARRETERAS PARA EVITAR ACCIDENTES

BARCELONA SE ERIGE EN REFERENTE INTERNACIONAL DE INNOVACIÓN SANITARIA

Firmas como AstraZeneca, Dedalus y Teladoc Health invierten en el ecosistema catalán

A fondo | P6

Crece la apuesta por el ecosistema catalán de las ciencias de la salud

Catalunya se convierte en el centro de referencia para el sector de las ciencias de la salud del sur de Europa gracias a grandes empresas y a miles de *startups*.

Entrevista | P12

Lucas Fox acelera en España y salta al exterior tras el Covid

La inmobiliaria especializada en vivienda de alto standing para extranjeros no percibe señales de desaceleración en el sector del lujo.

Pulso del mercado | P5

El Ibex 35 cede ante el contexto internacional

La crisis de la banca afecta al parqué español, que cae tras varios meses de escalada. En las catalanas, Cellnex y Naturgy reclaman el protagonismo.

La crónica del BME Growth | P16

Un mes para olvidar en el BME Growth

No recordamos un mes tan negativo en el mercado alternativo como el pasado marzo, con solo una subida, por ocho caídas y dos empresas que cerraron planas.

Ronda de financiación | P24

Durcal destina su última ronda de financiación al marketing

La compañía quiere dar a conocer su sistema de asistencia para personas mayores en toda España antes de llegar al mercado francés.

Éxito empresarial | P30

OnTurtle, más de 30 años asistiendo a los transportistas

La compañía catalana tiene presencia en más de 17 países con servicios que facilitan el viaje y las gestiones de los transportistas.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
Presidente Editor: Gregorio Peña.
Vicepresidente: Clemente González Soler. **Director de Comunicación:** Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo **Directora de elEconomista Catalunya:** Estela López **Diseño:** Pedro Vicente y Elena Herrera
Fotografía: Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega **Tratamiento de imagen:** Dani Arroyo **Redacción:** Àlex Soler

Catalunya
elEconomista.es

El sector de la salud muestra cómo deben hacerse las cosas

La inversión que realizará AstraZeneca en Barcelona, instalando en la ciudad su centro europeo de investigación y desarrollo, invirtiendo 800 millones de euros para crear más de 1.000 empleos altamente cualificados, es sin duda una de las noticias del año. Quizá no tendrá el glamour de otros titulares, pero su impacto en la economía catalana será muy importante. No solo por la sola inversión de la firma, creadora, entre otros productos, de una de las vacunas contra el Covid-19, sino porque sitúa a Barcelona y Catalunya en el centro del mapa mundial del sector de la salud. No nos engañemos, sin embargo. La región no se convertirá en el referente europeo del sector, o del sur de Europa si queremos ser algo más concretos, gracias a AstraZeneca, sino gracias al tejido empresarial que lo forma.

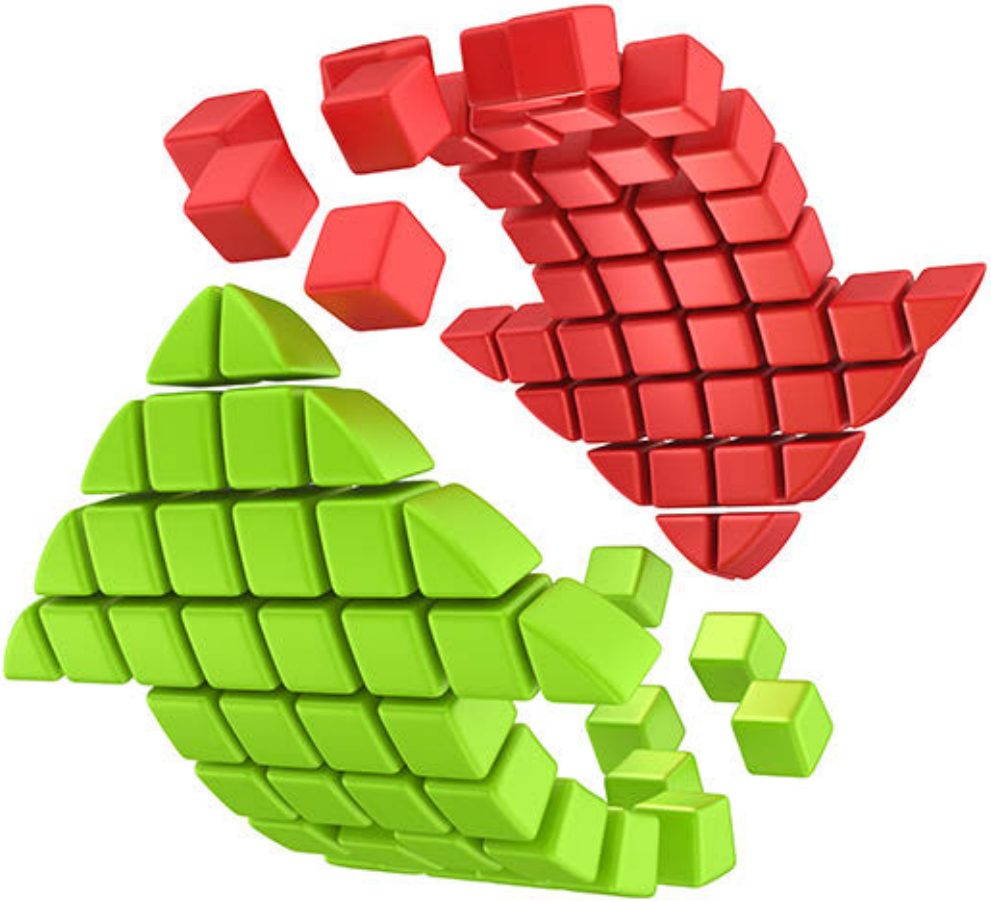
Detallando, son 1.350 las compañías catalanas que se dedican a este sector. Firmas que, entre grandes nombres, como Grifols, y pequeñas empresas emergentes, facturaron el año pasado 39.300 millones de euros. Una cifra récord que no solo es una buena noticia por haberla alcanzado, sino porque es probablemente la más baja que se registrará en los últimos años, porque los indicadores muestran que el crecimiento es evidente y, pese a que en algunas ramas del sector la aparición de compañías o la atracción de inversión parece haberse estancado, por lo general no hay visos de desaceleración.

> Catalunya ha trabajado para ser atractiva de cara a la inversión extranjera y para facilitar el crecimiento de 'startups'

Desde la Generalitat de Catalunya parecen haber captado el potencial de este sector, que va mucho más allá de la generación de dinero, aunque ya supone casi un 9% del PIB de toda Catalunya, e impulsan su desarrollo con planes de ayudas y con la disposición de facilidades para que empresas, de todos los tamaños, crezcan o se vean atraídas por Barcelona y la región. Un ejemplo puede ser el Pier07, el ambiente perfecto para que grandes empresas y pequeñas *startups* se unan y trabajen juntas en un espacio que ha nacido con el objetivo de impulsar el desarrollo del sector. Este es, sin duda, el gran ejemplo que demuestra que desde la Generalitat, cuando quieren, saben hacer bien las cosas. El modelo debería extenderse a otros sectores, tanto los más llamativos, como el tecnológico, como algunos tradicionales, como la automoción, que es, por contra, la demostración de todo lo contrario con todo lo acontecido con Nissan o con la pérdida de la gigafactoría de baterías del Grupo Volkswagen.

Con todo, sectores como el de las ciencias de la salud tienen un gran potencial, además de para la generación de riqueza, para convertir Barcelona y Catalunya en una ciudad y región que resulten atractivas al talento internacional, para que se muestren abiertas al mundo y confiar en ellas para desarrollar sus proyectos, sean grandes o pequeños y las hagan evolucionar hacia un modelo diversificado de sectores de alto valor añadido y gran crecimiento.

Catalunya
elEconomista.es



Suben

La actividad internacionl de Fira de Barcelona gana impulso

Fira de Barcelona inició su acción exterior en 2023 con la celebración del Smart City Expo Curitiba en Brasil, uno de los ocho eventos que tiene previsto organizar este año en diferentes países y que se prevé que crezcan en espacio, participación de empresas y profesionales gracias a la recuperación de los viajes internacionales y al final de las restricciones de movilidad.

Barcelona acogerá la próxima gala de la Guía Michelin

Barcelona se convertirá en el epicentro culinario nacional e internacional el próximo 28 de noviembre con la sede de la ceremonia de presentación de la Guía de las estrellas Michelin 2024. La ciudad fue elegida para recibir uno de los eventos de más impacto y proyección internacional en el sector de la restauración y gastronomía después de haber presentado su candidatura.

El 'Govern' destinará 200 millones a ayudas para la industria

El gobierno catalán destinará en 2023 hasta 200 millones de euros en ayudas, servicios y programas a la industria y la competitividad de las empresas, un 22% más que en 2022. Así lo comunicó Albert Castellanos, consejero delegado de Acció, que también anunció la nueva oferta de programas y ayudas de la agencia, con cinco nuevas líneas de ayudas con un presupuesto de 13 millones de euros.

Bajan

La mitad de los fármacos de la UE no son accesibles en Catalunya

Solo el 53% de los fármacos aprobados por la Unión Europea son accesibles en España y Catalunya. Así lo cuenta Olivier Charmeil, vicepresidente mundial de la división General Medicines. Según sus palabras, mientras un fármaco aprobado por la UE tarda apenas 100 días en llegar a los pacientes alemanes, para llegar a España el proceso se demora hasta los 516 días, como mínimo.

Ferrovial demanda a Abertis por su autopista catalana Autema

Ferrovial y Abertis se enfrentan en los tribunales por la gestión de la concesionaria Autema (Autopista Terrassa-Manresa), que explota la vía de peaje C-16 entre Sant Cugat (Vallès Occidental) y Manresa (Bages). Esta sociedad está controlada en un 76,28% por Ferrovial y en un 23,72% por Abertis. El motivo es la discrepancia que existe entre los socios respecto a la monetización del derivado de inflación (ILS).

El 'Govern' pide a DiR que regularice su deuda

DiR pretende dar por superada la pandemia este 2023. La compañía aspira a superar las ventas de 2019, de 50,3 millones de euros y realizar una decena de aperturas. El papel de la Generalitat y el Instituto de Crédito Oficial (ICO) fue clave para resistir el golpe; y ahora la administración pide normalizar su situación patrimonial con la entrada de un nuevo inversor y ordenando el estado de su deuda.

Así evolucionan las cotizadas catalanas

Datos a 28 de marzo

COMPAÑÍA	PRECIO OBJETIVO EUROS	PRECIO OBJETIVO VARIACIÓN MENSUAL (%)	BENEFICIO NETO ESTIMADO 2023 A 28 DE FEBRERO (MILL. €)	BENEFICIO NETO ESTIMADO 2023 VARIACIÓN MENSUAL (%)	RENT. POR DIVIDENDO ESTIMADA 2022 (%)	REC.*	VARIACIÓN MENSUAL (%)
Almirall	11,6	0,0	22,5	0,0	1,86	M	Sin cambios
Applus Services	9,3	-1,2	115,0	-0,3	2,43	C	Sin cambios
Audax Renovables	1,8	0,0	15,0	-30,0	0,00	C	-
Banco de Sabadell	1,4	0,0	901,3	0,4	7,22	C	Sin cambios
Caixabank	4,6	-	3.483,6	1,0	7,57	C	Sin cambios
Cellnex Telecom	49,4	0,0	-78,6	94,4	0,16	C	Sin cambios
Edreams Odigeo	7,8	3,2	3,7	53,9	0,00	C	Sin cambios
Ercros	-	-	-	-	-		-
Fluidra	20,0	0,8	156,6	-4,7	3,44	C	Sin cambios
Naturgy Energy Group	24,0	-0,2	1.652,4	1,9	4,41	V	Sin cambios
Grifols	17,7	0,0	408,9	-8,4	0,54	C	Sin cambios
Grupo Catalana Occidente	45,1	-1,8	485,2	3,1	4,42	C	Sin cambios
Inmobiliaria Colonial Socimi	7,3	0,3	193,0	-	4,64	M	Sin cambios
Laboratorio Reig Jofre	-	-	13,0	0,0	0,00		-
Miquel Y Costas & Miquel	-	-	-	-	-		-
Naturhouse Health	-	-	-	-	7,26		-
Nueva Expresion Textil	-	-	-	-	-		-
Oryzon Genomics	9,0	-6,7	-11,2	67,7	0,00	C	Sin cambios
Renta Corporacion Real Estate	2,8	0,0	8,5	0,0	4,41	C	Sin cambios

Variación mensual entre el 28 de febrero y el 28 de marzo de 2023. C Comprar M Mantener V Vender.

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

elEconomista

La crisis de la banca frena la subida del Ibex

Álex Soler.

Anne Bouverot, nueva presidenta de Cellnex

Cellnex ha nombrado presidenta no ejecutiva a Anne Bouverot. Un movimiento que se produce tres días después de que el multimillonario británico Chris Hohn, propietario del fondo The Children's Investment Fund (TCI), diese un golpe en la mesa al convertirse en el primer accionista de la compañía con el 9,032% del capital y, acto seguido, solicitar por carta el cese del actual presidente de la torrera Bertrand Kan. Este movimiento se ha producido tras el visto bueno de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Sostenibilidad y la posterior reunión del Consejo de Administración. Bouverot es ingeniera de Telecomunicaciones y doctora en Inteligencia Artificial.

Naturgy lanza una ofensiva para entrar en el negocio de baterías en España

Naturgy se prepara para dar el primer gran salto en el desarrollo de proyectos de almacenamiento en España. La compañía ha iniciado los trámites para impulsar ocho proyectos con baterías, siete hibridados con fotovoltaica y uno de los llamados *stand alone* (aislados). La compañía tiene previsto invertir 117 millones de euros para contar con una potencia de 145 MW que permitirán lograr una capacidad de almacenamiento de 290 MWh. Esta energía contribuirá a reforzar la calidad del suministro y permitirá una mayor introducción de energía renovable en la red. Los siete proyectos de almacenamiento hibridados con solar tendrán una potencia de 20 MW cada uno.

Catalunya
elEconomista.es

El Barcelona Health Hub tiene su sede en el Recinto Modernista de Sant Pau. eE

Barcelona se convierte en referencia global del sector de la salud

La inversión de AstraZeneca para su nuevo centro de investigación y desarrollo europeo en Barcelona es la última noticia de un sector que se ha convertdo en uno de los motores económicos de Catalunya, que representa ya casi un 9% del PIB con una facturación en 2022 de 39.300 millones de euros.

Álex Soler / Estela López.

AstraZeneca invertirá 800 millones de euros en Barcelona. Getty

Si preguntásemos por la calle a personas al azar qué sectores son los más importantes para la economía catalana, ¿qué respuestas serían las más nombradas? La automoción, la industria en su conjunto o el turismo serían seguro algunas de las más habituales. ¿Cuántos, sin embargo, nombrarían el sector de la salud y las ciencias médicas? Pongamos cifras. Según destacó el mismo presidente de la Generalitat, Pere Aragonès, las ciencias médicas "son un ámbito que representa casi un 9% del PIB catalán y que agrupa más de 1.350 empresas en Catalunya que generan 247.000 puestos de trabajo". Según estas cifras, el peso de este sector para Catalunya es comparable al del sector del automóvil en España, teniendo en cuenta que el país es el segundo fabricante de automóviles mundial y uno de los principales del mundo.

Cómo se ha llegado hasta aquí es una pregunta con varias respuestas, pero cabe destacar el papel que, desde las administraciones, se está realizando para atraer inversión extranjera. Hay que recordar que Catalunya, y sobre todo Barcelona, es uno de los polos europeos atractores de talento de la industria tecnológica y que, tanto España, como Catalunya y, de nuevo, Barcelona, uno de los epicentros mundiales de la investigación clínica. Asimismo, el área de Barcelona se ha convertido en un hervidero de empresas emergentes, muchas de las cuales se dedican a las ciencias de la salud. De hecho, según datos de Acció a los que ha tenido acceso *elEconomista.es*, en Catalunya hay 2.000 *startups* -al cierre de 2022-, compañías que han captado más de 1.650 millones de euros de inversión. Del total, el 16% de dichas empresas se dedican a la salud en todas sus vertientes, siendo el sector más importante por delante de los servicios empresariales y *software*, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la alimentación y las finanzas. Todo esto son los ingredientes de un cóctel que ha permitido que Catalunya se esté convirtiendo en el *hub* más importante del sector en el sur de Europa.

16% **De las empresas emergentes catalanas se dedican al sector de las ciencias de la salud**

La última novedad, muy notoria y clave para entender estas afirmaciones, es la inversión anunciada por AstraZeneca, que destinará 800 millones para su nuevo centro de Investigación y Desarrollo, que situará en Barcelona. La compañía -famosa por su vacuna contra el Covid-19- ya comunicó el año pasado que iba a invertir en un centro de investigación para enfermedades raras que iba a suponer la creación de 100 nuevos puestos de trabajo y una inversión de 32 millones, pero los planes han ido a más hasta convertirse en el centro más importante de la firma en Europa para múltiples enfermedades. De hecho, la primera idea no se ha desechado, ya que

integrará las actividades y capacidades innovadoras de Alexion, su división de enfermedades raras.

El nuevo *hub* de AstraZeneca creará un millar de empleos "siempre y cuando la situación en el país siga siendo estable" y "gracias a la colaboración público-privada". Además de las actividades de Alexion, estas instalaciones sumarán las cinco áreas terapéuticas en las que trabaja el grupo: oncología, enfermedades cardiovasculares, renales y metabólicas, enfermedades respiratorias, vacunas e inmunoterapias y las citadas enfermedades raras.

Más proyectos

El de AstraZeneca es el proyecto más ambicioso, la cúspide del sector científico en Catalunya, pero por supuesto no es el único. Hay muchas compañías extranjeras que han apostado por Barcelona, entre ellas Teladoc Health, una compañía norteamericana especializada en la atención médica virtual. La firma de Nueva York presentó en febrero su nueva plataforma de salud digital y su *hub* de innovación en salud digital en Barcelona, un centro global formado por 40 profesionales, que serán más de 100 cuando termine el año. Entre los proyectos de estas instalaciones están el desarrollo de aplicaciones móviles en salud digital, de *software* de telemedicina para hospitales, la gestión de datos y la IA aplicada a la salud.

> AstraZeneca, Dedalus o Teladoc Health son compañías que han apostado por Barcelona

Otro ejemplo es Dedalus, uno de los líderes globales en el sector de la salud digital y el diagnóstico clínico, que confirmó a principios de año que establecería un *hub* de I+D en salud digital en el ecosistema del Barcelona Health Hub, el centro de innovación tecnológica en el ámbito de la salud digital nacido en 2018 para promover la innovación en el sector. Formado por 33 empresas emergentes, se considera al BHH como uno de los 10 mejores *hubs* en salud digital del mundo. Actualmente, el centro planea una inversión de 10 millones de euros para ampliar su sede en el Recinto Modernista de Sant Pau con la rehabilitación de un pabellón de 2.500 metros cuadrados, lo que supondrá alcanzar los 7.500 metros cuadrados. En este caso, Dedalus usará este centro para impulsar el desarrollo de componentes de su plataforma de salud digital, analítica e inteligencia artificial. Marisa Felipe, directora general de Dedalus Iberia, explicó a este diario que la compañía eligió Barcelona porque la ciudad "está apostando por convertirse en un referente de salud digital, porque tenemos un conjunto relevante de clientes catala-

Sede del Pier07 en Via Laietana, Barcelona. eE

El distrito 22@ es la cuna de gran parte de las 'startups' de Barcelona. Luis Moreno

nes, y porque Catalunya es referente en innovación". Por su parte, la firma suiza Siegfried también ha elegido Barcelona para un centro de desarrollo de productos farmacéuticos que dará servicio a todo el mundo, con 15 millones de inversión.

Empresas locales y compañías emergentes

Pero no solo son las compañías extranjeras las que, con su capital, están haciendo de Barcelona y Catalunya una de las regiones de referencia en ciencias de la salud de Europa. Las compañías locales, como Hypra, y las emergentes, a partir de

> Las compañías catalanas del sector de la salud facturaron 39.300 millones en 2022.

emprendedores locales e internacionales que han encontrado en Barcelona el mejor lugar para crecer, son la base sobre la que se sustenta esta imagen innovadora del territorio. Hypra, por ejemplo, es conocida por ser la desarrolladora de la vacuna española contra el Covid-19 y ha conseguido recientemente un gran éxito al superar la evaluación de la EMA, dejando a la vacuna a tan solo unos trámites de poderse comercializar. La compañía gerundense firmó un acuerdo con la Comisión Europea para poner a su disposición hasta 250 millones de dosis.

Y tal es la importancia de las *startups* de salud catalanas que, según datos de Biocat, las empresas emergentes de este sector captaron 445 millones de euros en 2022, lo que supone un 87% más respecto al año 2021 y un cuarto, concretamente el 27%, de la inversión total en nuevas compañías catalanas. Pese al importante incremento de fondos captados, destaca que la subida se produjo en casi las mismas operaciones, en total 35, que las del año anterior, dejando patente que las *startups* catalanas de la salud están creciendo y están captando cada vez más dinero en cada ronda de financiación, lo que demuestra la confianza de los inversores sobre su potencial.

La ronda más importante del año pasado fue la de Impress, que se llevó 122 millones de euros con su propuesta de ortodoncias invisibles. La compañía catalana también fue la que más dinero captó en 2021, aunque la cifra fue mucho menor, de 40 millones de euros. Tras Impress, compañías como Splicebio y Minoryx también consiguieron superar los 40 millones de euros en 2022. Desde Biocat destacan que no solo se ve una importante mejora en las inversiones, sino en que gran parte del montante total invertido, el 95%, procede de fondos o compañías internacionales. Según sus datos, el 77% del dinero procede de fondos de capital riesgo, pero también se recibe más dinero de ayudas y subvenciones. Con todo, el ecosistema catalán de la salud parece crecer a buen ritmo. En 2022, estas compañías, 1.350 en total, facturaron 39.300 millones de euros -una cifra récord-.

Pier07, un centro donde fluyen la innovación y el desarrollo

Uno de los grandes hitos del sector catalán de la salud en este inicio de año ha sido la inauguración del Pier07 de Tech Barcelona, un nuevo centro de innovación empresarial destinado a la salud. Con 6.000 metros cuadrados, tiene capacidad para acoger hasta 500 profesionales de compañías emergentes, grandes empresas, centros de investigación, hospitales, universidades y de la administración.

Situado en la Via Laietana, el Pier07 tiene como objetivo fomentar la colaboración entre todos los agentes del ecosistema del sector de la salud en Catalunya y acelerar la innovación tecnológica en este ámbito. Las instalaciones disponen de un espacio de oficinas y zonas de reuniones, un auditorio y diferentes espacios para el trabajo colaborativo. Apoyado por Acció, el proyecto cuenta con el soporte de entidades públicas del sector de la salud como el Hospital de Vall d'Hebron, el Hospital de Bellvitge y el Hospital Sant Joan de Déu, así como de empresas y entidades como Ferrer, Boehringer Ingelheim, Novartis, Uriach, Vifor Pharma, Ediciones Mayo, Nestlé e i2cat, entre otras compañías. El Pier07 se enmarca en el plan Urban Tech Campus para el impulso de centros de investigación e innovación.

Jorge Fernández Fernández
Socio director - Departamento Mercantil de Círculo Legal

Por qué Madrid es más atractiva para los negocios que Catalunya

La Comunidad Autónoma de Madrid resulta más atractiva para inversores, empresas y directivos que la Comunidad Autónoma de Catalunya. Nos podemos preguntar si es cierta o no la anterior afirmación o si simplemente se trata de una frase interesada que se repite y repite sin fundamento alguno. La realidad es tozuda y la frialdad de los números aún lo es más. Lo cierto es que, si analizamos los datos y los números, todo nos conduce a la afirmación inicial. Se constata:

En primer lugar, que la Comunidad de Madrid atrae a los inversores extranjeros más que Catalunya, según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. En miles de euros, en 2022 en Catalunya se invirtieron 51.906,34, mientras que en Madrid se invirtieron 376.211,83. En segundo lugar, que se constituyen más empresas en la Comunidad de Madrid que en Catalunya según el informe del Colegio de Registradores. En Madrid, se constituyeron 23.259 sociedades en 2022 mientras que en Catalunya en 2022 se constituyeron 19.035 sociedades. En tercer lugar, que el capital social suscrito de las sociedades que se constituyen en la Comunidad de Madrid es muy superior al capital social suscrito de las empresas que se constituyen en Catalunya, según el informe del Colegio de Registradores. En 2022, en Madrid se constituyeron 239 sociedades anónimas con un capital suscrito de 187.735.672€, mientras que en Catalunya se constituyeron 60 sociedades anónimas con un capital suscrito de 30.916.826€. En 2022, en Madrid se constituyeron 22.618 sociedades limitadas con un capital suscrito de 1.315.546.148€, mientras que en Catalunya se constituyeron 18.765 sociedades limitadas con un capital suscrito de 646.294.898€

En cuarto lugar, que el saldo neto consistente en la diferencia existente entre empresas que entran en una Comunidad y empresas que salen de dicha Comunidad, es más favorable para Madrid que para Catalunya. En Madrid, en 2022 la diferencia entre empresas que trasladaron su domicilio a Madrid (1645) y las que salieron de Madrid (1454) arrojó un resultado positivo de 191, mientras que en Catalunya, esa diferencia de entradas (630) y salidas (811) arrojó un resultado de -181. Se podría pensar que el *Procés* y la latencia del mismo pudieran ser la causa de los datos antes reseñados. Lo cierto es que en el cuarto trimestre de

2017 y en 2018 se produjo una salida importante de empresas relevantes, pero no podemos fiarlo todo a dicha causa. Pasados ya 5 años, la situación es mucho más tranquila.

A mi juicio, las causas que traen consigo los resultados numéricos antes reseñados se circunscriben: A una cierta inseguridad jurídica por dicha situación latente del independentismo, a la capitalidad de Madrid en cuanto atractivo natural de multinacionales y, sobre todo, al impacto de la fiscalidad en una y otra Comunidad Autónoma.

En el Índice autonómico de competitividad fiscal 2022, elaborado por la Fundación para el Avance de la Libertad (España) y la Tax Foundation (EEUU) que tiene en consideración el Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (I.R.P.F), el Impuesto de Patrimonio, el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones, el Impuesto sobre Transmisiones patrimoniales, actos jurídicos documentados y operaciones societarias y los Impuestos Autonómicos propios, también se observan notables diferencias entre ambas comunidades. En dicho informe, Madrid ocupa el primer puesto del ranking mientras que Catalunya el último.

En el impuesto de patrimonio, Madrid tiene una bonificación del 100% y en Catalunya sí que se ha de tributar

Las empresas tienen detrás de sí empresarios, personas físicas que a través de su retribución y sus dividendos van a tener que tributar por el I.R.P.F; si tienen un patrimonio importante van a tener que tributar por dicho patrimonio y, en el caso de defunción o de que quieran efectuar donaciones en vida, van a tener que tributar sus herederos o los favorecidos por esas donaciones, por el impuesto de sucesiones y donaciones.

El tratamiento de una y otra comunidad en el ámbito de estos impuestos es bien diferente. Así, en el I.R.P.F tanto en los tramos mínimos como en los máximos Madrid proporciona un trato fiscal más bajo que Catalunya, en el impuesto de Patrimonio Madrid tiene una bonificación del 100%, esto es, no se paga nada y en Catalunya sí que se ha de tributar; del mismo modo el tratamiento fiscal del impuesto de sucesiones y donaciones es más bajo, tanto en donaciones como en sucesiones, en Madrid que en Catalunya y lo mismo cabe decir en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales, Actos jurídicos documentados y operaciones societarias, en el que, a modo de ejemplo, en Madrid la transmisión de inmuebles va al 6% mientras que en Catalunya al 10%.

Por otro lado, los tributos propios son un elemento disuasorio de la inversión y de la localización de empresas en Catalunya. Su número, 15 tributos en Catalunya frente a ninguno en Madrid, hacen, sin duda, que los empresarios valoren esta cuestión entre los factores que analizan a la hora de radicar sus empresas o invertir en Catalunya o en Madrid. A modo de ejemplo, el impuesto sobre grandes establecimientos comerciales, impuestos sobre las estancias en establecimientos turísticos, impuestos sobre las viviendas vacías, impuesto sobre las instalaciones que inciden en el medio ambiente, impuesto sobre los activos no productivos de las personas jurídicas y los impuestos sobre las emisiones, etc., son tributos que pueden coadyuvar a que los empresarios se piensen dos veces el hecho de invertir o radicar sus empresas en Catalunya.

Por ello, considero que sería conveniente un ejercicio de reflexión sobre la fiscalidad y un análisis y estudio que tuviese en cuenta si una menor fiscalidad que atrajese a más contribuyentes, finalmente y a la larga, no sería más rentable para Catalunya que la actual situación que comporta una mayor inversión en Madrid que en Catalunya, que se constituyan más empresas en Madrid que en Catalunya y que se vayan de Catalunya más empresas de las que ingresan, a diferencia de lo que ocurre en Madrid. Con unos tipos impositivos menores y con menos tributos, quizás habría más sujetos pasivos contribuyentes y se revertiría la comparativa entre ambas comunidades.

Catalunya
elEconomista.es

MICHAEL DI CARPIO

Socio y director de Desarrollo de Lucas Fox

"Es muy buen momento para vender vivienda de lujo porque hay mucha demanda y poca oferta"

La inmobiliaria Lucas Fox, nacida en Barcelona en 2005 y especializada en viviendas de gama alta, dará este año el salto internacional a Francia y Portugal, además de seguir creciendo en España con nuevas oficinas en la Costa del Sol, el norte y Madrid. Tras un 2022 récord, no ven señales de ralentización del mercado del lujo.

Por Estela López. Fotos: Luis Moreno y Lucas Fox.

Lucas Fox registró en 2022 el mejor resultado de su historia con la intermediación de más de 1.000 operaciones por valor de 720 millones de euros, lo que se tradujo en una facturación de 32,6 millones de euros, un 29% más que en el ejercicio 2021, y este 2023 prevé seguir creciendo al menos un 10% pese al alza de los tipos de interés, que no afecta al segmento de las viviendas de lujo, según explica a *elEconomista.es* el socio y director de Desarrollo de la compañía, Michael Di Carpio.

Nacieron en Barcelona para dar servicio en inglés a clientes internacionales interesados en viviendas de más de 500.000 euros, primero con oficinas propias y luego mediante franquicias...

Tenemos diez locales propios que fueron los iniciales. El primero fue Barcelona en 2005

y el último fue Madrid en el año 2015, y a partir de 2017 hemos crecido con un modelo de franquicias, y es la vía de crecimiento que vamos a tener. Cuanto más localizados y enfocados en una zona estamos, mejor servicio podemos dar y ser líderes. La primera agencia franquiciada que abrimos fue la mía para Gavà y Castelldefels en octubre de 2017, un área que hasta entonces se cubría desde Barcelona y Sitges, pero que entre el año 2015 y el año 2017 habían hecho una operación allí. El año pasado hicimos alrededor de 40 transacciones, incluyendo la mayoría de las de más valor de la zona.

Abrió en pleno procés, con el referéndum de independencia de Cataluña...
Tuve el temor inicial de la apertura, pero luego ya nos acostumbramos. Cada dos años pasa algo. Tuvimos esto, luego el Covid, ahora la guerra de Ucrania... Curiosamente, es la delegación con menos territorio a nivel de extensión, pero es la segunda franquicia que más factura, después de Barcelona.

"A partir de 2017 hemos crecido con un modelo de franquicias, y es la vía de crecimiento que vamos a tener"

■

"En los próximos cuatro o cinco años queremos crecer ordenadamente en el sur de Francia y en Portugal"

Gavà también es una zona cercana al Aeropuerto de Barcelona, que modificó su operativa para reducir el ruido a los vecinos ¿Los compradores preguntan sobre los planes de ampliación?
No he tocado ese tema con los clientes ni con los otros cuatro socios de Lucas Fox, pero todo lo que sea bueno para Barcelona es bueno para nosotros y bueno para el negocio. Al final, ampliar la estructura del aeropuerto generará que tengamos muchos más vuelos internacionales, más conexiones, mayor oferta de vuelos y que al final tengamos más gente viviendo aquí y más gente visitándolos. Por tanto, esto es positivo. A muchas ciudades de España les gustaría tener un aeropuerto con tanto potencial como lo podemos tener en El Prat. Hay muchas zonas de Europa o de América con las que no estamos conectados a día de hoy o que hay muy poca oferta de vuelos. Esto nos ayudaría y eso sí que lo verían bien los clientes.

Antes de verano vais a abrir en Montpellier (Francia) y en Oporto (Portugal) y seguís creciendo en España con San Sebastián y Estepona (Costa del Sol). ¿por qué habéis decidido dar ahora el salto internacional -aunque ya estáis en Andorra- y qué planes hay tanto a nivel nacional como exterior?
Siempre hemos sido partidarios de hacer algo cuando sabemos que lo vamos a hacer bien, y durante cinco años hemos perfeccionado mucho nuestro servicio a nuestras agencias franquiciadas. Es el momento de dar un salto a nivel internacional. Nos han salido muchas oportunidades para abrir en otros países, con inversores, pero al final hemos elegido mercados que se vinculan directamente con el mercado español. El cliente francés para nosotros es la segunda nacionalidad que más nos compra en España y la gran mayoría son del sur de Francia. Además, nos surgió la oportunidad de abrir una delegación allí con alguien que ya conocemos, con quien estábamos desarrollando el negocio de propiedades vitivinícolas para España y Francia, y hemos visto que el mercado de Montpellier está creciendo muchísimo en obra nueva y está muy de moda. Podemos desarrollar un negocio tanto en Montpellier como de Montpellier hacia España, y en los próximos cuatro años queremos crecer ordenadamente en todo el sur de Francia, tanto hacia el este, hacia la Costa Azul, todo lo que es la parte de Cannes y Saint-Tropez, como hacia el oeste, en la zona de Biarritz y el País Vasco francés. De allí que también relacionamos nuestra apertura en San Sebastián, que era una de las joyas que teníamos pendientes por ser la ciudad tradicionalmente con el metro cuadrado más caro de España, con un poder adquisitivo muy alto y don-

de su comprador internacional es francés, el número dos, y norteamericano el número uno. Es un mercado que tiene la tradición de un perfil de cliente muy concreto, que ya vienen con sus rutas gastronómicas de restaurantes estrellas Michelin, de la playa de San Sebastián y de La Concha y de la gastronomía. Y al final se quedan alquilando y después comprando, o directamente comprando. Y el cliente francés de la zona de Biarritz tiene el precio más elevado y les interesa mucho toda esta zona.

¿Y Portugal?
También nos dimos cuenta de que el mercado portugués es un mercado con muchas oportunidades, con temas fiscales interesantes para nuestro perfil de cliente. Ciudades como Oporto actualmente están de moda tanto a la hora de inversión como de residir allí, y Oporto y Galicia están a una hora y media en coche. Hay mucha relación de empresarios gallegos que viven en Oporto y empresarios portugueses del textil que tienen segunda residencia o viven en Galicia. Hemos aprovechado nuestra delegación de Vigo para dar un primer paso en Oporto, e irnos expandiendo hacia Lisboa y hacia la costa del Algarve en los próximos cinco años, también de una manera organizada y ordenada. Y al final el cliente portugués internacional es el mismo que el nuestro. Nuestro cliente es el cliente norteamericano, francés, inglés y holandés, y son los mismos clientes que ellos tienen.

¿Y en España?
En el primer semestre abriremos las oficinas de San Sebastián y Estepona, y también estrenaremos una delegación en La Moraleja para dar mayor cobertura a nuestro mercado de Madrid, que está teniendo mucha fuerza y que tiene un perfil de cliente diferente del resto con predominio latinoamericano. El cliente mexicano lleva siendo el cliente número uno desde la pandemia hasta ahora. Más adelante, en Costa del Sol queremos abrir también otra oficina entre Marbella y Málaga, en la zona de Cala de Mijas, y otra en Sotogrande, y alguna delegación más en Marbella, porque tenemos una, pero para dar servicio a nuestros clientes tendríamos que tener al menos dos o tres más. También queremos reforzarnos en Madrid con alguna oficina más en el barrio de Salamanca por la demanda que tenemos allí. Nosotros crecemos de una manera orgánica, es decir, no es nuestra intención tener agencias a borbotones en España, sino que queremos crecer en función de la demanda, lo que nos van solicitando, y es lo que está pasando actualmente. Asimismo, otro objetivo para este año es la zona norte de España. La idea es abrir este mismo año Bilbao y Getxo, y abrir al menos una delegación más en Galicia, en La Coruña, donde la presencia de Inditex está favoreciendo la renovación residencial.

"En el primer semestre abriremos las oficinas de San Sebastián y Estepona, y también en La Moraleja de Madrid"

"No es nuestra intención tener agencias a borbotones en España, sino que queremos crecer en función de la demanda"

¿Cómo ha cambiado el negocio con la pandemia?
Nuestro cliente local antes de la pandemia era entre un 25 y un 30%, y ahora es un 40% de nuestro cliente comprador. El año 2022 fue récord para todo el sector, pero cuando llegó el Covid estábamos preparados económicamente y a nivel estratégico. Tenemos el orgullo de que no cerramos ninguna delegación, sino todo lo contrario, durante el año 2020 crecimos en cuatro delegaciones más, y cuando el mercado se ha recuperado lo hemos aprovechado.

¿Y cuál es vuestro perfil de cartera?
El 50% de nuestro producto en venta son propiedades de primera residencia; otro 30% segunda residencia, y el resto son de inversores. Entre los clientes vendedores, predominan los propietarios nacionales.

Con el Covid también cambió la demanda...
En efecto. Previamente a la pandemia, teníamos un tipo de cliente de entre 45 y 65 años que buscaba más una segunda residencia, o incluso residencia habitual. Eran clientes con negocios más tradicionales, los típicos empresarios de otras zonas europeas o de América. Y en la pandemia nos encontramos que los productos que hasta entonces eran la estrella, como grandes apartamentos urbanos o casas adosadas en zonas cercanas a Barcelona, de repente se dejaron de vender, se frenaron en seco, y empezamos a vender propiedades con jardín con más metros cuadrados. La gente empieza a darle mucho más valor a los metros. No le da tanto valor a la ciudad, aunque sí a que esté cerca de la ciudad, y nuestra media de venta empieza a subir. Pasamos de 900.000 euros antes de la pandemia a un ticket medio de 1,4 millones ahora. Esta tendencia después de la pandemia se mantiene, aunque también ha vuelto la demanda de las viviendas urbanas, y hay variables diferentes. Una es la edad de los clientes. De repente, hemos visto que la media de edad empieza a bajar. Ahora nuestra media de clientes es de los 35 hasta los 55 años; jóvenes que han hecho dinero en temas del mundo digital como criptomonedas o NFT, youtubers, gente que se dedica a los *social media*... y este perfil de cliente empieza a comprar viviendas habituales. Se dan cuenta de que pueden residir en cualquier parte del mundo y trabajar desde sus casas. Y también hay un perfil de ejecutivo que se empieza a mover; gente que quiere vivir fuera y estar más tiempo en casas de campo. Hemos notado un aumento en zonas como el Empordà, por ejemplo, así como cerca de la playa o todo lo que es alrededores de las grandes ciudades.

¿Hay oferta suficiente para esta demanda?
En 2022 vendimos casi todo y los nuevos activos van saliendo más rápido de lo que entran. Estamos en busca del producto. Ahora es un muy buen momento para vender, porque hay mucha demanda en el mercado.

¿Y cómo os ha influido la guerra de Ucrania respecto a inversores rusos?
Este cliente tenía más peso en zonas muy concretas alrededor de Barcelona y la costa alicantina, pero en cualquier caso, nuestros clientes, tanto rusos como ucranianos, han seguido comprando y alquilando a los mismos niveles. No hemos notado una gran caída de este tipo de cliente. No tiene nada que ver, por ejemplo, con el año 2013, donde se pusieron las primeras sanciones y ahí sí que se notó una caída importante.

¿Notáis ralentización de la demanda por la subida de los tipos de interés?
Todos los indicativos decían que tras uno de los años récord en el sector podía haber una bajada, pero nosotros, en la vivienda de lujo, seguimos viendo la misma tendencia que el año pasado. Nuestro cliente principalmente no se financiaba, o si se financiaba lo hacía por la oportunidad que había en el mercado de bajos tipos de interés, que no eran normales. Lo hacían simplemente para tener más liquidez y la subida de tipos de interés no les condiciona. Por contra, otro de los factores que estamos viendo es que el tema de la incertidumbre que empezó el año pasado con las criptomonedas y NFT, con las caídas fuertes que tuvieron, y ahora en temas bancarios, esto lo que hace es que el dinero siempre es miedoso, y lo que buscan este perfil de clientes es invertir en inversiones seguras, como el inmobiliario, el oro o el arte, que son tangibles. Y esto nos está pasando, a mi particularmente, porque prefieren tener un activo que pueden ver. Esto me pasa ahora en mis oficinas, y no me ocurría en los últimos seis años.

"La media de edad de los clientes ha bajado 10 años por los jóvenes que han hecho dinero en el mundo digital"

"Nuestros clientes rusos e ucranianos han seguido comprando y alquilando al mismo nivel que antes de la guerra"

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

Datos a 27 de marzo — Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

	VALOR DEL MERCADO (MILL. €)	ÚLTIMO PRECIO (€)	VARIACIÓN MES (%)	VOLUMEN MENSUAL* MARZO	INGRESOS (MILL. €) 30/06/2021	INGRESOS (MILL. €) 30/06/2022	INGRESOS (MILL. €) VARIACIÓN (%)	BENEFICIO NETO (MILL. €) 30/06/2022
Agile Content	95,90	4,15	-14,61	287.684	17,22	46,40	169,45	-2,83
Enerside Energy	197,82	5,30	0,00	8.021.244	-	11,87	-	-4,34
Griño	52,02	1,70	0,00	569	26,02	-	-	-
Hannun	11,25	0,36	-4,76	88.528	-	2,9	-	-3,49
Holaluz	116,88	5,34	-6,32	910.207	186,75	562,60	201,26	-5,50
Kompuestos	12,39	1,02	-5,56	44.589	29,97	28,90	-3,57	0,17
Lleidanet	29,05	1,81	-24,43	2.328.631	8,29	10,53	27,02	-0,18
Pangaea	51,83	1,70	1,80	634.578	2,46	2,26	-8,13	-0,92
Parlem Telecom	43,44	2,70	-14,56	306.055	-	16,26	-	-5,66
Solarprofit	65,95	3,36	-28,51	721.139	-	-	-	-
Vytrus Biotech	22,91	3,22	-0,62	51.248	1,34	2,04	52,24	0,33

Fuente: Boletín del BME Growth. (*) Acumulado. En euros. Variación mensual entre el 28 de febrero y el 27 de marzo de 2023. elEconomista

Las catalanas del BME Growth no levantan cabeza en marzo

El balance del mes de marzo fue completamente desastroso, con ocho empresas cayendo y solo una subiendo. Griñó y Enerside Energy mantienen su valor.

Álex Soler.

El contexto internacional no está ayudando nada. Por segundo mes consecutivo, en marzo las empresas catalanas del BME Growth cerraron mayoritariamente en rojo. De hecho, es de los peores meses que se recuerdan, con solo una compañía subiendo. No todo son caídas, no obstante, con dos empresas manteniendo el mismo valor en comparación con el cierre de febrero. A un momento donde la guerra de Ucrania sigue afectando, la inflación se mantiene alta, aunque ya ha ralentizado su subida, y con el precio de las materias primas disparadas, se le suma ahora una nueva crisis en el sector bancario, iniciada por la quiebra del Silicon Valley Bank y seguida por Credit Suisse y Deutsche Bank. Desde luego, los inversores tienen más dudas que certezas y eso se ve reflejado en la bolsa, también en el BME Growth.

En ese sentido, este fatídico recuento del mes de marzo deja un balance de ocho caídas, por una subida, contando también con los resultados de Enerside Energy y Griñó, que no hacen ni una cosa ni la otra. Concretamente, la energética acabó con un precio por acción de 5,30 euros y un valor total de 197,82 millones de euros, cifra que la coloca como la catalana más valiosa del parqué. Griñó, por su parte, cerró con un valor nominal de 1,70 euros y una capitalización de 52,02 millones de euros. No miren la revista de febrero porque son las mismas cifras.

La única buena noticia fue la de Pangaea Oncology y su subida del 1,80% hasta los 1,70 euros por acción. La compañía alcanza ahora un valor de 51,83 millones de euros.

El capítulo de bajadas, paralelamente, lo lideró Solarprofit y su desplome del 28,51% hasta los 3,36 euros por acción, hecho que deja su cotización en los 65,95 millones de euros. Lleida.net, que consiguió subir en febrero, se volvió a subir al carro de los descensos, al que lleva abonado casi dos años, para perder otro 24,43%. La historia de la tecnológica la contamos en la revista del pasado mes de octubre y su valor, que anduvo rondando los 130 millones de euros hace tan solo unos años, se sitúa ahora en los 29,05 millones de euros. Otra empresa que se ha subido a ese tren es Holaluz, empresa con una capitalización cercana a los 200 millones hace unos meses, que cerró marzo cayendo un 6,32% hasta los 116,88 millones o, lo que es lo mismo, los 5,34 euros por acción.

Financiación

Inveready invierte 4 millones en Enerside Energy

Inveready ha invertido 4 millones de euros en nuevas obligaciones convertibles emitidas por Enerside, con las que esta compañía del sector de la energía solar fotovoltaica prevé acelerar su crecimiento inorgánico, en especial en Italia.

En un comunicado, Enerside destacó en un comunicado emitido en el mes de marzo que en el caso de Italia "se ha convertido en uno de los primeros desarrolladores españoles de energía fotovoltaica", al sumar 2,6 GW en proyectos. "Contar con la financiación de Inveready en un momento complejo de mercado pone de manifiesto la solidez de la compañía y la capacidad de generar valor", ha dicho el consejero delegado de la firma, Joatham Grange.

Las emisiones convertibles se han emitido a un precio de 6,8 euros por acción, Lo que supone un 31% de prima sobre el valor de cotización de Enerside, y con vencimiento a 60 meses. Inveready ya invirtió el pasado mes de julio 6 millones de euros en bonos convertibles de Enerside y con esta operación de financiación ha elevado su participación en la sociedad hasta el 2,13%.

Además de en España e Italia, Enerside tiene presencia en Brasil y Chile.

Balance económico

Vytrus Biotech incrementa sus ventas un 31% el último año

Vytrus Biotech, compañía especializada en ingredientes activos derivados de células madre vegetales para la industria cosmética, ha cerrado el año 2022 con 3,7 millones de euros de cifra de negocios, un récord para la firma, mientras que el beneficio bruto de explotación (Ebitda) ha sido de 1,5 millones de euros, un 30% más que en el mismo periodo del año anterior, según ha comunicado al mercado. Gracias a la buena evolución de las ventas, la cotizada del BME Growth ha obtenido un beneficio neto de 605.000 euros, un 34% más que en el mismo periodo del año anterior. Vytrus ha seguido impulsando su expansión internacional en los cinco continentes y las ventas fuera de España ya superan el 66% en 33 países. Los directivos de la biotecnológica han manifestado su satisfacción por la buena acogida que están teniendo en el mercado los lanzamientos de 2022. En concreto, Elaya Renova (un ingrediente para el cuidado capilar) ha sido galardonado con los premios de innovación en las ferias in-cosmetics Latin America e in-cosmetics Asia 2022, mientras que Quora Noni biomics (un activo para el rejuvenecimiento de la microbiota y la piel, por primera vez en cosmética) ha sido galardonado con la primera posición en los Premios Cosmetorium 2022.

Resultados

Lleida.net redujo su beneficio operativo en un 16% en 2022

La compañía Lleida.net, dedicada a la notificación electrónica y la validación de datos, consiguió una facturación récord de 20,67 millones de euros en 2022, tras vender un 15% más que el año anterior, aunque su beneficio operativo (Ebitda) cayó un 16%. La empresa, que no ha facilitado el dato del resultado neto, aumentó un 15% su margen bruto, hasta los 10,78 millones de euros, mientras que el beneficio operativo (Ebitda) cayó este 16% y se situó en -1,9 millones de euros, según explicó la compañía en un comunicado. La empresa catalana atribuye la disminución del Ebitda al incremento de la partida de personal, que ya supera las 170 personas, "como consecuencia de la contratación acelerada de talento en materia técnica y comercial tanto fuera como dentro de España". En esta lista, la firma ha apuntado que la inversión en el equipo llevó a un aumento de los gastos de personal de 1,95 millones de euros, hasta los 6,34 millones. Todas las líneas de negocios registraron un incremento de los resultados, a excepción de la de contratación, según argumentó la firma en un comunicado el pasado mes de marzo. Las ventas internacionales representaron el 57% de las totales acumuladas del grupo, con el foco principal en Europa y los mercados latinoamericanos.

Xavier Pujol
Consejero delegado de
Barcelona Open Banc Sabadell - Torneo Conde de Godó

70 años de tenis al más alto nivel en Barcelona

El Barcelona Open Banc Sabadell - Trofeo Conde de Godó celebrará este año su 70 aniversario fiel al objetivo por el que fue creado en 1953 por Carlos Godó, Conde de Godó, que fue el de potenciar el tenis y promover los valores del deporte.

Hoy, el torneo se ha consolidado como un referente no solo en el ámbito deportivo si no también en la vida social y económica de Barcelona, atrayendo a más de 90.000 espectadores a lo largo de toda la semana de competición. Los grandes acontecimientos deportivos siguen siendo un motor económico para la ciudad, así como una excelente herramienta de proyección internacional.

Según el último informe de impacto económico -aún prepandemia- el Barcelona Open Banc Sabadell - Trofeo Conde de Godó genera un impacto económico de más de 60 millones de euros, atrae a espectadores de 40 países distintos y a importantes patrocinadores tanto nacionales como internacionales.

Se trata de un torneo muy querido por los propios jugadores y espectadores, así como por la propia ATP (Asociación de Tenistas Profesionales) quien manifestó en el informe realizado la pasada edición que "el RCTB-1899 es un histórico club de tenis, si sus paredes pudiesen hablar, relatarían historias increíbles. Ser una institución histórica para nada significa ser una institución vieja. En este caso, hablamos de magníficas y modernas instalaciones en las que cada centímetro se optimiza en beneficio de los que acuden al torneo y donde todos los que participan en él nos sentimos bienvenidos"

En el ámbito comunicativo, el torneo despierta también un enorme interés, con más de 450 periodistas acreditados, más de 2 millones de espectadores siguiendo la final en directo en televisiones de ámbito nacional y su retransmisión también a nivel internacional y una audiencia total de 11,4 millones de personas en las distintas redes sociales. Además, el Barcelona Open Banc Sabadell - Trofeo Conde de Godó sigue con paso firme su compromiso con la sostenibilidad y es por ello que, en la presente edición, además de continuar desarrollando las diferentes iniciativas enmarcadas en el "*Play for the Planet*",

lanzará nuevos proyectos que tienen como objetivo mejorar tanto la huella de carbono como la huella hídrica.

Para hacer frente a las consecuencias del cambio climático y al déficit progresivo de disponibilidad de agua, desde hace ya dos años el RCTB-1899, junto con AGBAR, ACO y CENPAS, impulsan un proyecto de reutilización de las aguas residuales generadas en las duchas y el reaprovechamiento del agua pluvial para el riego de las pistas y jardines. Mediante la instalación de tres depósitos, el RCTB-1899 podrá ser 100% sostenible para el riego de pistas y jardines, mejorando así la resiliencia hídrica tanto del propio club como del Trofeo Conde de Godó. Además, este 2023 se llevará a cabo el cálculo de la huella hídrica del torneo con el fin de monitorizar sus datos e impulsar mejoras en las próximas ediciones. En el ámbito energético, el RCTB-1899 dispone ya de luces LED en todas las pistas y en los vestuarios. Esto permite mejorar la calidad y la uniformidad lumínica, supone un importante ahorro energético. Y de entre las diversas iniciativas que se enmarcan en la estrategia "*Play for the Planet*" destacan el uso, por tercer año consecutivo, de vasos compostables hechos de maíz, lo que supone eliminar 50.000 vasos de plástico, o la valorización de todas las pelotas usadas a través de la empresa Green Ball. Además, todos los cordajes utilizados se reciclan y se convierten en prendas deportivas a través de la marca Infinite Athletic y el transporte oficial se hace mediante vehículos sostenibles gracias al acuerdo con Cupra. En definitiva, una apuesta clara por la sostenibilidad del torneo decano del tenis español.

El torneo es una poderosa herramienta de transmisión de valores propios tanto del tenis como del deporte.

Y para conmemorar este 70 aniversario, se han programado diversas actividades como una Cena de gala a la que asistirán todos los jugadores, autoridades, empresas e instituciones que han apoyado al torneo durante todos estos años, que tendrá lugar en el Restaurante del Hospitality del torneo el miércoles por la noche. También se celebrará el homenaje a todos los jugadores españoles campeones y subcampeones del Torneo, tanto en la modalidad de individuales como de dobles, así como a los directores que ha tenido el Barcelona Open Banc Sabadell - Torneo Conde de Godó, un acto que se celebrará en la pista central del RCTB-1899 durante la jornada de cuartos de final.

Y también se celebrará el Simposium Barcelona, el primer congreso de clubs de tenis de España, bajo el título *Presente y futuro de los clubes de tenis*, cuyo objetivo es debatir los principales retos que tienen los clubs en ámbitos clave como la digitalización, la sostenibilidad o las escuelas de base. El congreso cuenta con el apoyo de la Real Federación Española de Tenis, la Federació Catalana de Tennis, la Secretaria General de l'Esport de la Generalitat de Catalunya y el Consejo Superior de Deportes. Esta voluntad de abrir el torneo a todo el territorio se pone de manifiesto también con la celebración del torneo Sub-14 en las cuatro provincias catalanas, un evento en el que han participado más de 1.000 niños y niñas, así como los diversos Clinic que se han realizado en San Sebastián, Pamplona y Valencia.

Tanto el propio torneo como todos estos actos conmemorativos se han pensado y diseñado para mantener la esencia del Barcelona Open Banc Sabadell - Torneo Conde de Godó, que, pese a su constante evolución a lo largo de los años, sigue siendo un torneo de Club y ese es su principal valor añadido. Es un evento en el que los propios socios del RCTB-1899 se implican en su organización, en especial los más jóvenes, que participan en tareas como recogepelotas, jueces de línea, voluntarios y colaboradores, con un entusiasmo e ilusión propias de quien se siente el torneo como propio. Para el RCTB-1899 el torneo significa, además, una poderosa herramienta de transmisión de los valores propios tanto del tenis como del deporte en general, valores como la cultura del esfuerzo, la capacidad de superación, el trabajo en equipo, el respeto al rival, el compañerismo y *fair-play*. Estos valores se transmiten a los niños y niñas del club ya desde la escuela de tenis y son valores que forman parte del ADN del Real Club de Tenis Barcelona-1899.

16

La Junta de Andalucía busca a los empresarios catalanes

La administración andaluza se establece en Paseo de Gracia para atraer compañías catalanas a su región.

18

La Generalitat y Acciona llevan el pleito por ATLL al Supremo

La justicia condenó al *Govern* al pago de 304 millones de euros de indemnización por la privatización de la concesionaria.

20

Catalunya supera los 270.000 millones de PIB en 2022

El producto interior bruto (PIB) de Cataluña alcanzó los 270.710 millones de euros en 2022, tras un crecimiento en volumen del 5,5%.

20

Moody's rebaja el rating de Grifols con perspectiva negativa

Thomas Glanzmann estrenó la presidencia de la compañía farmacéutica catalana con una rebaja de su rating de B1 a B2.

22

Seat vuelve a los beneficios gracias al impulso de Cupra

Seat volvió en 2022 a los números negros tras dos ejercicios de pérdidas y pese a las dificultades para conseguir semiconductores para los nuevos vehículos.

23

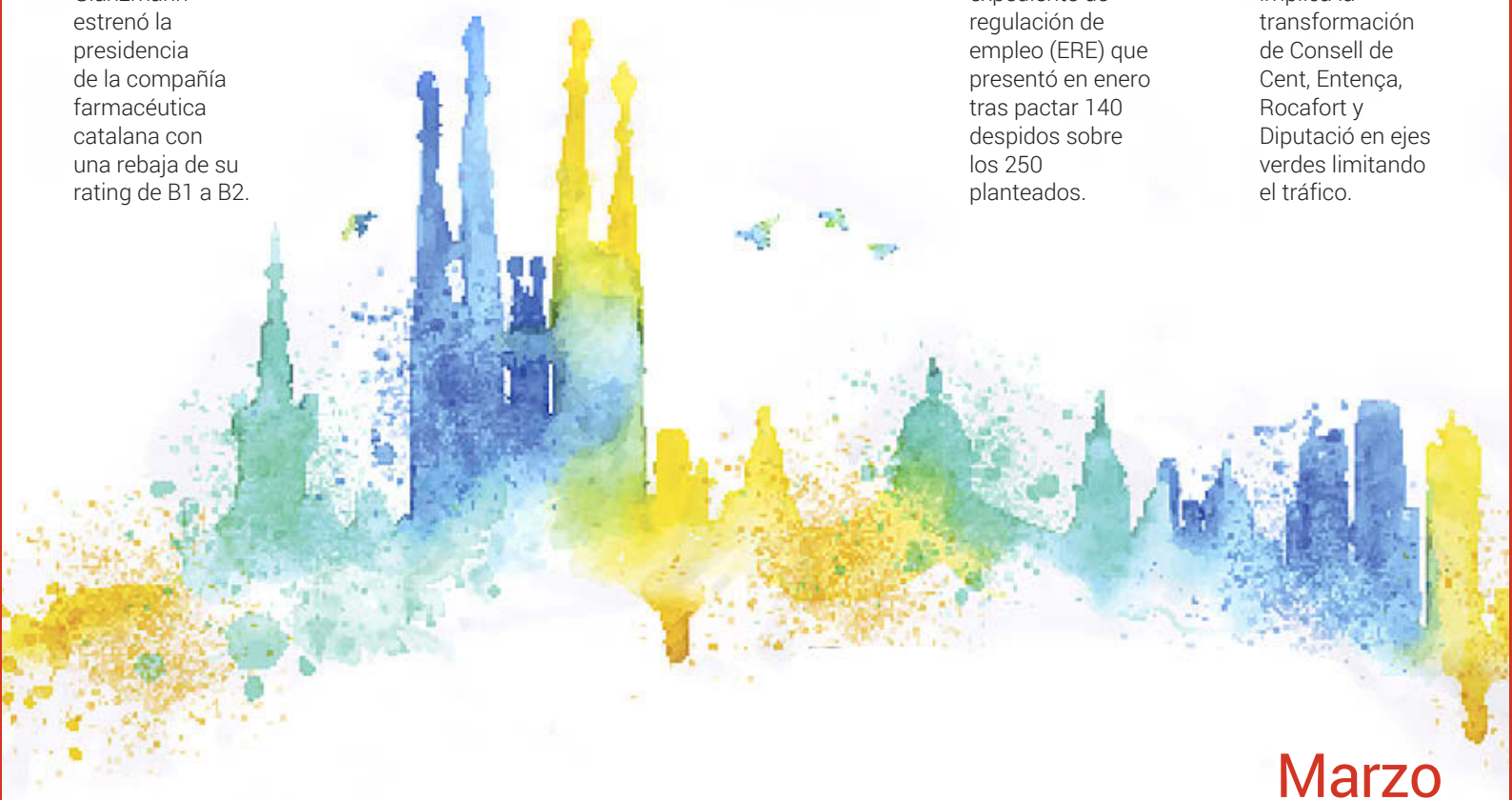
Glovo pacta su ERE y despedirá a 140 personas en España

Glovo sella el expediente de regulación de empleo (ERE) que presentó en enero tras pactar 140 despidos sobre los 250 planteados.

24

Admitida una querella contra Colau por la 'supermanzana' del Eixample

El proyecto implica la transformación de Consell de Cent, Entença, Rocafort y Diputació en ejes verdes limitando el tráfico.



Barcelona se viste de gala en abril para dos de las muestras más importantes del año

Nunca mejor dicho. Barcelona se viste de gala este mes para acoger la feria más importante del mundo dedicada al sector de la moda nupcial, donde algunas de las firmas más relevantes del globo se reúnen en la ciudad para mostrar las últimas novedades y propuestas. Pocos días después, Seafood Expo Global llega con lo más nuevo, pero en su caso dedicado al sector de los productos del mar. Dos eventos sectoriales que culminan un trienio de meses con algunas de las citas más importantes del año, junto con el Mobile World Congress e ISE Barcelona. En el horizonte ya se ve el Automobile Barcelona, que se celebrará en mayo consolidándose como uno de los eventos del sector del automóvil más importantes de Europa y, por tanto, del mundo.

Fira de Barcelona sigue avanzando con paso firme hacia la normalización de sus ferias, tras los años en los que el Covid-19 ha marcado limitaciones y restricciones. Asimismo, se sigue trabajando para atraer más nombres que enriquezcan el calendario. El Global Esport Summit, el mayor evento europeo del sector de los eSports, es el mejor ejemplo, habiéndose dado a conocer en marzo que se celebrará en Barcelona este año tras dejar Madrid.

LO IMPRESCINDIBLE EN EL MES DE ABRIL

19 de abril

Barcelona Bridal Fashion Week

La actividad de Fira de Barcelona se intensifica entre febrero y abril con la celebración de algunas de los eventos más importantes del año. Tras el MWC y el ISE Barcelona llega la Barcelona Bridal Fashion Week, una nueva edición del evento más importante del mundo del sector de la moda nupcial. Desfiles de colecciones y las últimas novedades de los sectores de la moda en vestidos de novia, novio, fiesta, comunión, ceremonia y complementos esperan a los visitantes en el recinto de Montjuïc para cuatro días de un programa muy apretado.

20 de abril

EU-Startups Summit

También en Montjuïc, y coincidiendo algunos días con el evento de moda nupcial, el EU-Sartups Summit propone su muestra anual de empresas emergentes europeas, con más de 1.500 fundadores y emprendedores para contar sus propuestas en un evento ideal para establecer conexiones.

25 de abril

Seafood Expo Global

Otra de las grandes ferias anuales celebradas en Fira de Barcelona. Menos conocida por el público popular, el Seafood Expo Global es la muestra más grande del mundo para el sector de los productos del mar. Para la edición de este año, que se celebrará en el recinto de Gran Vía, se propone un programa de conferencias que incluirá 20 sesiones educativas presentadas por algunos de los expertos de la industria más importantes del mundo. El programa buscará ofrecer una experiencia informativa sobre los retos y las oportunidades más relevantes del sector de la alimentación y productos del mar.

Urbanismo

El Port Vell incia su transformación con 86 millones de inversión

El Port Vell del Port de Barcelona recibirá en los próximos meses más de 86 millones de euros de inversión público-privada, correspondientes a 17 actuaciones que transformarán de manera significativa esta zona de puerto-ciudad. Estos proyectos, que se están llevando a cabo entre 2023 y 2024, modificarán la fisonomía del área más ciudadana del Port de Barcelona, dotándola de nuevos espacios y de nuevos servicios para el disfrute de las personas. Las actuaciones suponen una primera fase en la gran transformación que tiene que vivir el Port Vell en los próximos años y estarán todas acabadas antes de la fecha de inauguración de la Copa América de Vela, el 22 de agosto de 2024. Posteriormente, una vez acabe esta competición, el Port de Barcelona tiene previsto abrir más espacios del recinto portuario para el uso ciudadano y dar nuevos usos a edificaciones ya existentes y que ahora se rehabilitarán, como los "tinglados" del muelle Oriental. Para impulsar y agilizar esta transformación, el Port de Barcelona ha decidido dotar a la Gerencia Urbanística Port Vell, dirigida desde el 1 de enero de este año por David Pino, de nuevas competencias en los ámbitos de planificación y concesiones y más recursos económicos y humanos. En paralelo, el Port de Barcelona también ha reforzado su Oficina de Coordinación para la Copa América y la ha integrado dentro de la Gerencia Urbanística Port Vell.

Balance económico

MAT Holding facturó 364 millones en 2022, un 9% más

En un año marcado por la interrupción de la cadena de suministro, la subida generalizada de los precios y los tipos de interés, y la sequía, el grupo multinacional MAT Holding, referente en soluciones para la agricultura sostenible y el uso eficiente del agua, cerró el ejercicio de 2022 con un aumento del 9% respecto al 2021, alcanzando una facturación de 364 millones de euros.

El grupo ha avanzado gracias a su apuesta por el liderazgo en los dos ámbitos en los que opera. Por una parte, la facturación ha crecido un 11% hasta los 220 millones de euros en la división de aguas, con sede central en Israel y que incluye Aquestia, empresa centrada en la conducción y el control de agua y otros líquidos; Regaber, empresa de riego profesional; Hidroglobal, marca de proyectos hidráulicos; y STF, marca de filtración.

Por otra parte, la facturación de MAT Holding también ha crecido un 6% hasta los 144 millones de euros en la división de sanidad vegetal, representada por IQV, pese al aumento de las materias primas y al impacto de la climatología extrema y la sequía en territorios como Estados Unidos y el arco mediterráneo.

Sostenibilidad

CLD incorpora una planta fotovoltaica en la Zona Franca

CLD, la empresa de servicios ambientales de Sorigué, ha instalado una planta fotovoltaica en su centro de trabajo de l'Hospitalet de Llobregat con el objetivo de autoabastecer de energía a parte de su flota de vehículos eléctricos.

En total, la planta cuenta con 94 puntos de carga, que están destinados a 37 equipos de limpieza y a 57 vehículos ligeros del contrato de recogida de residuos y limpieza viaria de la zona oeste de Barcelona, que comprende los distritos de Sants-Montjuic, Les Corts y Sarrià- Sant Gervasi. La planta fotovoltaica consta de dos pérgolas principales con una potencia eléctrica de 335 KWp que genera una energía anual de 408 MWh. La instalación se basa en la solución de *software* Dynamic load management (DLM), que permite cargar diferentes vehículos eléctricos a la vez de la forma más eficiente posible. En línea con su estrategia en energías renovables, el grupo empresarial sigue consolidando su apuesta en el sector del autoconsumo fotovoltaico, tanto como área de negocio como en sus propias instalaciones. Desde hace más de cinco años, Sorigué viene llevando a cabo la instalación de placas solares, principalmente en edificios de viviendas, oficinas, industrias y en estaciones depuradoras de agua.

Crecimiento

Eurofragance logró facturar un 21% más en 2022 hasta los 113 millones

Eurofragance, la multinacional de fragancias, cerró 2022 con un volumen de ventas de 113 millones de euros, lo que supuso un incremento del 21% respecto al año anterior. Los resultados positivos de la empresa en mercados clave ayudaron a mitigar el impacto del incremento de precios en materias primas. El fuerte crecimiento de la región de IMEA (India, Oriente Medio y África, destacando el de India), Turquía, América Latina y España, contribuyeron a que Eurofragance pudiera alcanzar sus objetivos de 2022 de manera exitosa. Además, la región de Asia-Pacífico también tuvo una contribución notable. La compañía afirma que este crecimiento y los buenos resultados asociados han sido posibles gracias a aunar esfuerzos para la mejora de costes y eficiencia interna de la compañía, a través de un plan de mitigación para minimizar el impacto de la subida de costes de materias primas.

Logística

Lidl pondrá en marcha un almacén provisional en Constantí

Lidl da nuevos pasos adelante para seguir creciendo en toda España. Esta vez, la cadena de supermercados pondrá en marcha un almacén provisional en Constantí (Tarragona) a mediados de 2024 que le permitirá atender temporalmente sus crecientes necesidades operativas en el noreste del país, anticipándose también con ello a la construcción de su futuro centro logístico en este municipio. La compañía invertirá alrededor de 13 millones de euros en las obras de adecuación de este almacén provisional, destinadas principalmente a equipar los cuatro módulos de almacenaje en los que se distribuirán sus más de 40.000 metros cuadrados de superficie y medio centenar de muelles de carga. La operación de arrendamiento, cerrada en régimen de *leasing* con Tristan Capital Partners y Kefren Capital Real Estate, implicará también a medio plazo la contratación de personal.

Nuevas instalaciones

Ánima Design inaugura su nueva sede central en Barcelona

Ánima Design, agencia internacional especializada en diseño y desarrollo de producto industrial, acaba de abrir su nueva sede central en la ciudad de Barcelona. El espacio, situado en el distrito de Les Corts dispone de 550 metros cuadrados, 350 más que sus antiguas oficinas, y alberga a una treintena de trabajadores entre los que se encuentra el equipo directivo. La compañía, que dispone asimismo de una sede en China, en la ciudad de Shenzhen, ha realizado una inversión de 1,4 millones de euros en la nueva central en Barcelona, que ha acondicionado con distintos espacios adecuados para desarrollar sus proyectos de diseño, llevar a cabo procesos de prototipado, mostrar sus productos, realizar acciones de relaciones públicas, etc. Una de las áreas clave es el *showroom*, testigo del trabajo de Ánima, organizado por sectores: vehículos ligeros eléctricos, equipamiento médico o *lifestyle*.

Libros

La editorial REM completa su catálogo con la historia de Silicon Valley

La editorial catalana Reverte-Management-REM, dedicada a editar libros sobre gestión, empresa, liderazgo y negocios, sigue expandiendo su catálogo con la edición en español de *Los Fundadores*, del autor estadounidense Jimmy Soni. Este libro, creado a través de entrevistas a personalidades como Elon Musk, Amy Rowe, Peter Thiel y Julie Anderson, fundadores de gran parte de la industria tecnológica de Silicon Valley y de algunas de las aplicaciones y compañías más exitosas del mundo, relata sus historias desde un punto de vista personal. La gran mayoría comparten un pasado común, PayPal, y través de su historia puede entenderse el principio de lo que ha terminado siendo la cuna tecnológica global. Reverte-Management-REM suma esta propuesta a un catálogo formado por opciones como *Stretch*, de Scott Sonenshein, o *Brave New Work*, de Aaron Dignan.

Catalunya
elEconomista.es

Durcal apuesta por el marketing para darse a conocer en España

La compañía catalana cerró una ronda de ocho millones de euros en 2022 que se ha destinado principalmente al marketing para dar a conocer su sistema de teleasistencia para personas mayores en España. La empresa, liderada por Guillem Viladomat, prepara su llegada al mercado francés.

Álex Soler.

Guillem Viladomat, consejero delegado de Durcal. eE

A veces el éxito se esconde en ser los primeros en hacer algo o en crear un nuevo modelo de negocio que no existía, o que lo hacía de una forma rudimentaria o muy básica, pero que, de golpe, se convierte en un servicio indispensable para las personas. Como siempre, simplificar, facilitar y resolver las necesidades de las personas serán los ingredientes perfectos para un negocio ganador. Durcal, una compañía nacida en Barcelona en 2022, tiene todo esto y, progresivamente, está ganándose un hueco con un servicio que, cuando alguien lo prueba, ya no lo pueden dejar.

Guillem Viladomat, su consejero delegado, explica que, lo que hace Durcal, "es desarrollar tecnología para cuidar de las personas mayores". El directivo detalla que lo hacen "mediante una aplicación para que la familia sepa cómo se encuentra su familiar y mediante un reloj inteligente para el usuario que envía sus datos". "Si la persona tiene una emergencia, pulsando un botón la ponemos en contacto con los servicios de emergencia. El reloj, con un micrófono y altavoz integrados, le permite hablar con emergencias".

El producto de Durcal es, en esencia, este reloj, que Viladomat define como "un teléfono móvil con tarjeta sim, con autonomía propia, que debe cargarse, y con capacidad para recibir llamadas de la familia o de conectar al usuario con los servicios de emergencia. En situaciones que no tienen nada que ver con la salud, como un atraco, por ejemplo, también sirve, es como si llamaras al 112". El reloj es capaz de medir las constantes vitales del usuario para determinar su estado de salud. En caso de accidente sin respuesta de la persona mayor, Durcal se pone en contacto con sus familiares. "Tenemos cuatro o cinco familiares de cada persona, les llamamos y les explicamos que hemos recibido una alerta, que no podemos contactar con él y que ellos deberían hacerlo".

En definitiva, es un servicio ideal, como explica el propio Viladomat, para que las personas mayores ganen autonomía con seguridad y para que sus familiares estén más tranquilos. Toda la tecnología y el reloj es de desarrollo propio, aunque se produce

Catalunya
elEconomista.es

Reloj y aplicación de Durcal. eE

en China, y su modelo de negocio se basa en la venta del dispositivo, que tiene un precio de 69 euros, y en un modelo de suscripción de 15 euros, con lo que la empresa garantiza una recurrencia de pago. Por otro lado, son precios asequibles para llegar tanto a familiares, como a las personas mayores.

Ronda de ocho millones

En 2022, Durcal cerró una ronda de ocho millones de euros que, como expone su consejero delegado, "se ha destinado a dar a conocer el producto". "Para nosotros es importante que la gente piense en nosotros cuando quiera buscar un producto de teleasistencia para sus padres", detalla Viladomat, que añade que "la gente lo compra mayoritariamente cuando ya ha tenido un susto". "Es por eso que nuestro gasto está sobre todo orientado al marketing en televisión, para contar historias de esas personas a las que hemos ayudado o salvado y que la gente vea su potencial", acaba.

En ese sentido, Durcal no tiene un rival en el mercado. No uno convencional, al menos. Su mayor rival es el botón de la Cruz Roja. "No es un rival en sí, pero está muy democratizado en España porque la Cruz Roja tiene acuerdos con asociaciones y ayuntamientos, pero no deja de ser un producto que no ofrece todo lo ofrecemos nosotros", dice Viladomat. "Nosotros damos las constantes vitales, el oxígeno en sangre y demás información y además funciona fuera de casa". "Lo que marca la Cruz Roja es el precio. Al ser una ONG y disponer de voluntarios, pueden ofrecer sus servicios y productos a muy bajo coste. Nosotros debemos adaptarnos para pagar muchas más cosas", admite.

No obstante, Viladomat no pone excusas, ya que las virtudes y las funciones de su dispositivo son su gran virtud y ventaja competitiva respecto a otras opciones. Desde 2020, la compañía ha crecido hasta ser casi 30 trabajadores y pronto abrirán operaciones en Francia. Durcal, como expone Viladomat, tiene el objetivo de ser "la solución de referencia en España para la teleasistencia y el cuidado de personas mayores". El directivo es optimista y confía en que su sistema, "altamente replicable", les permita crecer no solo en España, sino también en otros países. No obstante, Viladomat tiene claro que hay que dar pasos sólidos en el plano de la internacionalización y considera prioritario establecerse y consolidarse en un mercado antes de ir a otro. "Sería relativamente fácil abrir en otros países, pero tenemos un proceso largo y duro de trabajo y aprendizaje para adaptarnos a cada cultura. Al final, es mejor asentarse en un país para tener los recursos para ir a otro".

1.000 Durcal ha llegado a vender 1.000 unidades mensuales de su reloj de teleasistencia

Sector 'fintech'

Novicap superó los 1.300 millones financiados a empresas

Novicap, *fintech* especializada en ofrecer soluciones de financiación y optimización del circulante para pymes y administraciones públicas, multiplicó por cuatro su volumen de actividad en 2022 respecto a sus números prepandemia, llegando a los 1.300 millones de euros financiados a empresas españolas y neerlandesas desde su fundación en 2015. Pese al alza de los tipos de interés y el exceso de liquidez derivado de las líneas ICO, Novicap ha firmado un 2022 muy satisfactorio, aumentando su cartera crediticia en un 37% interanual y cerrando el curso con un ebitda positivo. La facturación de sus soluciones SaaS de pagos a proveedores también ha crecido un 136% respecto al año anterior propiciado por la consolidación del Dynamic Discounting, su programa de descuentos por pronto pago a proveedores. Además, a finales de curso, la *fintech* alcanzó un acuerdo de financiación de 200 millones de euros con Fasanara Capital, el fondo de deuda especializado en el sector *fintech*, para sus soluciones de financiación de circulante. Esta alianza permite a Novicap incrementar su capacidad de financiación por encima de los 1.000 millones de euros anuales y seguir potenciando el desarrollo de soluciones líderes en sus mercados. Fasanara Capital se ha convertido en uno de los principales financiadores de la plataforma de Novicap, tras aumentar el volumen de sus aportaciones.

Desarrollo tecnológico

GüipUp inicia una ronda de financiación de 400.000 euros

GüipUp, *startup* que acompaña a las empresas en todas las etapas del proceso de internacionalización, inicia una ronda de financiación e invierte 400.000 euros en el desarrollo de su *software*. Esta plataforma se nutrirá de todos los conocimientos de la compañía, facilitando a sus clientes todo el proceso de expansión internacional y aumentando la eficiencia del equipo. De esta manera, el sistema que ha creado GüipUp para acompañar a las empresas en su crecimiento hacia otros mercados, se materializa en una tecnología que además permitirá a sus clientes gestionar su expansión de forma más autónoma y con más control.

Con esto, GüipUp tiene todas las herramientas necesarias para despegar con un negocio que ya ha demostrado que la profesionalización de los pasos que cimientan la internacionalización de las empresas tiene futuro. Cinco años después de su fundación, la compañía acumula diversos casos de éxito, como por ejemplo la marca Jamones Andrés Izquierdo, que ha conseguido iniciar su operación en Paraguay y Brasil, además de estar vendiendo de manera regular en Holanda, Dinamarca, Finlandia, Australia y Grecia. Asimismo, GüipUp también ha liderado la expansión internacional de MUN Kombucha, marca catalana de té fermentado.

Emprendimiento

La UPF impulsa el talento joven con el programa Start-UpFlama

El pasado 15 de marzo se celebró en el auditorio del Campus de Poblenou la final de la segunda edición del programa Start-UPFlama, una iniciativa coorganizada por la UPF y el TecnoCampus Mataró-Maresme para promover el emprendimiento entre la comunidad universitaria, principalmente entre los estudiantes y alumni de la UPF. En esta final participaron los proyectos de negocio que han superado las dos fases previas del programa. En la primera fase, un total de 33 equipos emprendedores siguieron el curso "Nanomooc Start_UPFlama" para aprender a crear su *Business Model Canvas*. De estos 33 iniciales, 14 fueron seleccionados para acceder a la segunda fase, una formación intensiva en emprendimiento, y finalmente 10 proyectos llegaron a la competición final. A través de una *pitch competition*, una técnica muy habitual en el ámbito empresarial, cada equipo debía presentar su solución con un tiempo máximo de cinco minutos frente a un jurado formado por: la vicerrectora de Transferencia del Conocimiento de la UPF, Vanesa Daza; la responsable de Emprendeduría Universitaria en TecnoCampus, Anahí Moyano; y el responsable de Servicios para Emprender de Barcelona Activa, Xavier Dumont. Los cuatro proyectos seleccionados recibieron entre 3.000 y 6.000 euros de dotación.

Conectividad

Movistar llega a 112 nuevos municipios catalanes con su fibra óptica

Catalunya cerró 2022 superando los cuatro millones de hogares y negocios con acceso a fibra óptica de Movistar. En concreto, el 87% de la población ya cuenta con cobertura de conexión fija ultrarrápida. Telefónica está comprometida a que en 2025 la fibra óptica cubra toda España, por eso la compañía continúa su apuesta para conectar con esta tecnología todos los municipios catalanes. Gracias al despliegue ejecutado por Telefónica en el último año, un total de 112 nuevos municipios de Catalunya disponen por primera vez de la fibra óptica de Movistar: 47 en la provincia de Lleida, 30 en Girona, 23 en Tarragona y 12 en Barcelona. Poblaciones como Cubells, Montferrer i Castellbò, Sant Joan de les Abadesses, Viladamat, La Riba, Maspujols, Canyelles y Viver i Serrateix son algunos ejemplos de poblaciones que han estrenado acceso a la fibra óptica durante los últimos meses.

Expansión

Enso Co-living cierra una ronda de financiación de 1,7 millones de euros

Enso Co-living, la compañía catalana de *co-living* que busca crear una experiencia completa más allá de solo compartir piso, ha cerrado una ronda de financiación de 1,7 millones de euros. La operación, en la que han participado GVC Gaesco, RKS Real Estate y Dozen Investments, entre otros, es un impulso para el crecimiento de Enso Co-living, que prevé cerrar este año con 800 habitaciones y la apertura de nuevas ciudades como Málaga y Valencia.

Desde su nacimiento en 2019, Enso Co-living no ha dejado de poner el foco en ofrecer la mejor experiencia al cliente cuidando cada detalle, desde la propia entrada al piso, la creación de comunidad a través de Enso Club o los servicios disponibles para los *co-livers* como servicio de limpieza, lavandería, gimnasio o *coworking*, entre otros. Gracias a esta filosofía, Enso Co-living se posiciona como el *co-living* de referencia en España.

Inversiones

Roca Group Ventures lidera la ronda de la 'proptech' Aquí Tu Reforma

Roca Group, compañía de diseño, producción y comercialización de productos para el espacio de baño, ha liderado, a través de su fondo Roca Group Ventures dedicado a la inversión en *startups* y proyectos *early-stage*, la ronda de financiación de 2,5 millones de euros de la empresa de reformas de vivienda, Aquí Tu Reforma (ATR). Con un enfoque tecnológico y sostenible, esta *proptech*, fundada en 2018, basa su estrategia en un modelo de franquicias que digitaliza negocios, con la finalidad de mejorar la experiencia de usuario final.

ATR destinará los nuevos fondos a reforzar su equipo comercial y a seguir ampliando su red de franquiciados en España. Asimismo, potenciará el desarrollo de sus capacidades tecnológicas y expandirá su negocio a nivel internacional, si bien ya tiene presencia en Italia, México y Colombia.

Ferias y eventos

El Global Esport Summit cambia Madrid por Barcelona

El congreso internacional de deportes electrónicos más importante de Europa, el Global Esport Summit (GES), ha trasladado su sede social de Madrid a Barcelona, donde celebrará ya su próxima edición los próximos 25 y 26 de octubre. Los organizadores del certamen explicaron en marzo en un comunicado que unos 900 especialistas de este tipo de deportes procedentes de 30 países se darán cita en el GES23, que tendrá lugar en el Hyatt Regency Tower.

El congreso, que tiene una periodicidad anual, se ha celebrado hasta ahora en Madrid y sus organizadores han decidido dar el salto a Barcelona tras el éxito de la edición temática GESX que tuvo lugar el pasado diciembre. Los *eSports* se han constituido en una industria emergente que cuenta con cerca de 600 millones de espectadores, la mayoría con edades entre los 18 y los 35 años, y que mueve más de 1.000 millones de dólares anuales.

Cristóbal Colón
Fundador y presidente de La Fageda

El éxito de la historia de una locura

¿Qué empresa queremos? Esa pregunta encabezaba la ponencia que pronuncié hace más de veinte años (octubre del 2002) en un congreso de AECOC, una de las asociaciones empresariales más grandes del país. En mis primeras palabras "advertí" a los congresistas que seguramente les resultaría extraño escuchar la experiencia de un relato empresarial, el de La Fageda, vinculado a personas con graves trastornos mentales o con discapacidad psíquica. "Queremos una empresa que cree puestos de trabajo para estas personas, empleos reales y estables, una empresa que genere valor y sentido" esa fue y sigue siendo hoy la respuesta a la pregunta. Este "sueño", así lo califico porqué soñar ha sido una condición indispensable para hacer lo que hemos hecho, tiene su origen en las vivencias que me sacudieron cuando trabajé en hospitales psiquiátricos de Zaragoza, Martorell y Girona en los años setenta del siglo pasado. La vida entre aquellas paredes del "manicomio", así se llamaban entonces, era un sinsentido, eran lugares convertidos en almacenes de personas donde se malvivía.

Los seres humanos no solamente necesitamos cubrir nuestras necesidades básicas, afectivas y relacionales, también buscamos autorrealizarnos. Para esta autorrealización el trabajo asume un rol muy poderoso. Dignifica vidas, desarrolla la autoestima, apela a la autorresponsabilidad, es una vía de inclusión a la sociedad y nos hace sentir partícipes de un proyecto común. Partiendo de esta concepción del trabajo impulsamos La Fageda. La base ideológica del proyecto partía de tres principios: que generara lugares de trabajo con sentido, que no fuera la mano de obra barata de nadie, y que fuera sin ánimo de lucro. Arrancamos la iniciativa en 1982, en Olot (Girona), con 14 personas con enfermedad mental, en un local de la ciudad cedido por el ayuntamiento. Creamos una cooperativa con el nombre de La Fageda, un lugar con un bosque de hayas que me cautivó por su belleza y cercano a Olot. Las primeras actividades laborales consistieron en realizar manipulados para otras empresas y trabajos de jardinería hasta que, en 1984, conseguimos la financiación para comprar una finca justo en ese lugar llamado Fageda. Nuestro "sueño" veía cumplida otra aspiración de mucho calado, ubicar el proyecto en la naturaleza por los beneficios terapéuticos que ello proporciona. Nos trasladamos allí en 1987 y pusimos en marcha unos viveros y una

→

granja de vacas que a principios de los noventa contaba con más de 100 reses cuya leche vendíamos. La capacidad para ir sumando puestos de trabajo era una realidad y, por tanto, nuestra cadena de valor era cada día más fuerte. En paralelo, la otra dimensión del proyecto, lo que nosotros llamamos la cadena de sentido, aquella que se refiere al sentido que cada miembro de la organización da a su trabajo, también se consolidaba.

Sin embargo, se avecinaba una amenaza que ponía en peligro los puestos de trabajo, dado que en Europa había un excedente de leche. La CEE limitó la producción, y nos asignaron una cuota muy inferior a la que producíamos. Delante el dilema de prescindir de trabajadores o hallar una alternativa a la actividad de ganadería, nos mantuvimos leales a nuestra misión. La decisión que tomamos, transformar la leche en yogures, marcó el devenir del proyecto que, en 1992, ya tenía diez años. Pudimos mantener la granja y a la vez impulsar una nueva actividad. ¿Por qué yogures? Treinta años atrás vimos en el mercado un nicho para un yogur que no existía, un producto que concebíamos de mucha calidad elaborado con leche fresca recién ordeñada, un "auténtico yogur de granja". La apuesta, muy arriesgada dada nuestra absoluta inexperiencia, se ha convertido con el tiempo en nuestro hito empresarial más importante y en lo que se ha apodado como "La historia de una locura". La producción y comercialización de lácteos, cercana hoy a los 100 millones de unidades anuales, es la principal actividad empresarial que sustenta nuestro proyecto social. El pilar que permite seguir generando empleo para personas de colectivos vulnerables. Ha posicionado una marca que goza de mucha estima y reputación, y ese éxito es, además, una auténtica terapia para las más de 500 personas que integran hoy nuestra comunidad.

Lo más determinante ha sido apostar por un producto de calidad y tener el control de toda la cadena de producción

Nuestra estrategia ha seguido distintas directrices para asegurarnos un posicionamiento relevante en el mercado. Las más determinantes han sido las de apostar por un producto de calidad, por tener el control integral de toda la cadena de producción, por un *packaging* que evoca lo natural, el campo, lo perdurable y sano, y por una política de comunicación que abre las puertas de nuestra finca a los consumidores para que nos conozcan de cerca. Ello refuerza y da credibilidad a los atributos de nuestros productos y, de hecho, muchos visitantes acaban siendo "apóstoles" de la marca. Es un círculo virtuoso que perseguimos con prácticas transparentes y sostenibles y que, por supuesto, nutrimos también del aprendizaje de los errores cometidos. Para La Fageda, conciliar los intereses empresariales que siempre exigen competitividad, con los de nuestra alma social, como son el cuidado y bienestar de las personas, es un reto ineludible y permanente, muy complejo de gestionar. Cuanto más fuerte y exitoso es nuestro proyecto empresarial, más fortaleza y garantía de sostenibilidad tiene el proyecto social. Estamos convencidos de que nuestro proceder, la voluntad de seguir mejorando y el propósito que alberga la marca, han sembrado en esos años la confianza y la estima que recibimos de miles de familias consumidoras. Los valores que nos guían se basan en la confianza en el otro, en la certeza que todos tenemos capacidades distintas, en la responsabilidad personal, en la coherencia entre lo que decimos y hacemos, y en el sentimiento de pertenencia a un proyecto que pone la economía al servicio de las personas.

La naturaleza sin ánimo de lucro se mantiene inalterable y La Fageda la gestiona una fundación, el modelo jurídico que consideramos óptimo para preservar nuestra misión, mejorar la vida de personas en riesgo de exclusión con oportunidades reales de trabajo y servicios de vivienda, salud, ocio y formación. Dicen que el éxito tiene tantas variantes como personas en el mundo. Nos enorgullece mucho ser objeto de estudio de prestigiosas escuelas de negocio, motivo de inspiración para emprendedores sociales, y que nuestro yogur natural sea líder de ventas de marca fabricante en Catalunya, aunque el mejor indicador de éxito y el más valioso es el de transformar vidas dándoles sentido. Es nuestra manera de seguir generando valor y sentido.

Catalunya
elEconomista.es

MARTA FÀBREGAS

OnTurtle se ha consolidado como la referencia para las compañías de transporte por su trato cercano y su disposición a resolver cualquier demanda que se les presente.

Por Álex Soler. Fotos: eE

OnTurtle, una multinacional con espíritu familiar que facilita la vida a los transportistas

No son muchos los negocios que, fundados hace más de 30 años, sigan creciendo y se consoliden por varios países. Para ello hace falta un producto o servicio que solucione alguna demanda del cliente, que lo haga rápido, de forma sencilla y que, además, su precio sea razonable para el comprador. Parece una receta fácil de seguir, pero no lo es. OnTurtle es una de esas compañías que nació con una idea y ha ido mutando para convertirse en una multinacional. Lo importante, en su caso, es saber anticiparse a los cambios en un contexto sectorial, el del transporte en su caso, que varía rápidamente y de forma drástica. Eso sí, la humildad y un cierto aire familiar no pueden faltar, ya que son dos de los pilares que aportan el valor añadido

que los hace diferenciarse de la competencia. OnTurtle, en palabras de Marta Fàbregas, es "una empresa cuya vocación principal es dar servicio a las empresas de transporte internacional, buscando la seguridad y la calidad".

OnTurtle nació en 1989 de manos del empresario Joan Malet con una gasolinera en Mercabarna. En 1995, la compañía abrió otra en La Jonquera, enfocada sobre todo al transportista profesional, con carburantes tradicionales, el gasoil-18 y precios muy competitivos. Desde entonces, Fàbregas explica que el crecimiento de la empresa ha sido progresivo y estable. "Hemos ido escuchando mucho al cliente, hemos visto qué ha ido pasando y hemos ido creciendo, cerrando acuerdos con gasolineras, empezando por algunas independientes por toda España y después pasando a multinacionales de otros países, como Francia. Actualmente estamos en 17 países". La firma catalana tiene presencia en países como Austria, los Países Bajos, Polonia o Luxemburgo a través de más de 1.700 estaciones de servicio, 150 de las cuales cuentan además con repostaje de gas natural para los vehículos híbridos. En ese sentido, el mercado polaco se ha convertido ya en el más importante de OnTurtle. "Empezamos ahí hace 20 años y actualmente es el mercado número uno", dice Fàbregas.

La firma catalana nació en 1989 con una gasolinera en Mercabarna y ahora ya tiene presencia en más de 17 países

■

OnTurtle cuenta con una red de 1.700 estaciones de servicio, de las cuales 150 ofrecen repostaje para vehículos de GNL

Diversidad de servicios

Actualmente, el modelo de negocio principal para OnTurtle son las estaciones de servicio, pero no es el único. Con el paso del tiempo, la compañía se ha ido transformando para ofrecer también el pago de peajes, la gestión de facturas, los aparcamientos, los impuestos, las sanciones. "Tenemos tres áreas principales. La primera es la de las estaciones de servicio y todo lo que se puede hacer en ruta, como el pago de peajes, túneles, etc., tenemos un programa de fidelización del conductor. La segunda es la gestión, de sanciones, de recuperaciones de IVA, de tasas, toda una serie de gestiones administrativas que intentamos facilitar para que los clientes dediquen el mínimo tiempo posible a estos temas. Por último está la innovación, que enfocamos en el objetivo de intentar ser los primeros en muchas cosas, como la oferta del AdBlue en su momento, los parkings, etc. Hay muchos temas relacionados con la tecnología", detalla Fàbregas.

Todo, en un esfuerzo perenne que la compañía realiza para estar a la última y cubrir las necesidades de todos sus clientes, sean de donde sean. Según la directiva y socia de la empresa, esta mentalidad llega desde el mismo momento de su fundación. "Nacemos en un momento de monopolio. Todos hacían lo mismo y nosotros apostamos por nuestro carácter", explica. "Ese es nuestro espíritu, estar muy conectado al mercado, al transporte, a la cotización del petróleo, al contexto internacional, etc. Ese es nuestro estado normal, estar pendiente y juntarlo todo en un producto que facilite la vida a todos los niveles. No puedes plantear problemas, siempre debes plantear soluciones", añade. Un ejemplo es el de los parkings. "Siempre fue muy demandado un servicio seguro de parking, es un tema que preocupa mucho a los transportistas. Hace años que trabajamos en ello y hemos recibido incluso premios", dice Fàbregas.

De hecho, esa es la gran propuesta de valor para la directiva. "Es este cambio rápido de dirección si hace falta. Tenemos que tener a punto cada cambio. Muchos se ven venir, pero otros no y la mentalidad de la organización es estar preparados", aporta. A la ecuación habría que añadir el trato cercano que ofrecen a sus clientes para ofrecer siempre el mejor servicio posible". En ese sentido, OnTurtle tiene alrededor de 20.000 tarjetas activas. Son muchas y, evidentemente no se puede tratar a cada cliente como si fuera el único. No obstante, Fàbregas reconoce que "hay una concentración importante de clientes que sí los tratamos uno a uno. Estos son los que más volumen de negocio aportan y son unos 5.000 que suponen el 80% de nuestra facturación. Podemos hablar con ellos con nombre y apellidos", acaba para ejemplificar cómo el trato cercano es vital para su actividad.

Nueva imagen corporativa y web más intuitiva

OnTurtle cerró en marzo un proceso de transformación que la ha llevado a estrenar una nueva imagen digital. El primer cambio, el más notorio, es su nueva página web, renovada para ofrecer a sus clientes y a los interesados una manera más dinámica e intuitiva de navegación. Además, ha sumado un área para clientes de uso sencillo para facilitar la autogestión, tanto de las operaciones realizadas, como de los servicios contratados. Es, según la compañía, la forma más sencilla de conseguir proximidad y control. Con solo un clic.

La nueva web se ha diseñado de forma que cualquier dispositivo tenga un fácil acceso, desde los teléfonos móviles, hasta las tabletas y los ordenadores, y se ha trabajado para que la navegación sea más ágil. Ahora, la web de la compañía está disponible en cinco idiomas, el catalán, el español, el inglés, el francés, el polaco y el checo.

Además, también ha querido simplificar visualmente la información de la compañía para destacar de manera clara sus tres grandes pilares: 'OnTheWay', que es su negocio principal con sus 1.700 estaciones de servicio y gasineras para vehículos pesados híbridos de gas natural, 'Management' e 'Innovation'.

Catalunya
elEconomista.es

El ‘Govern’ invierte 660 millones para evitar accidentes

Planes como el nuevo formato 2+1 para las carreteras, los informes de movilidad y las campañas de información y concienciación son la clave para reducir siniestros.

Álex Soler.

La seguridad vial es, sin duda, una de las prioridades de todas las administraciones públicas. En la carretera, el riesgo de sufrir lesiones es elevado en caso de accidente, pero la participación de casi la totalidad de la población en el desempeño de la movilidad complica la actuación de las autoridades competentes, que deben actuar sobre todo en el marco de la prevención para evitar dichos accidentes, que pueden ser fatales.

No obstante, los datos avalan que el trabajo se está haciendo bien. Hablamos que, durante la última década, la cifra de personas que han fallecido en las carreteras ha descendido notablemente, y lo ha hecho de forma sostenida. Si miramos al gráfico que acompaña esta información la tendencia es vi-

Los ciclistas y los motoristas son los colectivos más vulnerables en las carreteras. EP

sible a simple vista. Cabe recordar que, en 2020, la cifra de accidentes, así como la de personas que sufrieron lesiones graves y la de personas que perdieron la vida en las carreteras es más baja a raíz de la pandemia, que nos obligó a confinarnos y, por tanto, a reducir nuestra movilidad a mínimos históricos.

Desde las administraciones públicas, a través del Servei Català de Trànsit, desde los cuerpos de seguridad del estado, en este caso los Mossos d'Esquadra, o entidades como el Racc, se trabaja cada día para reducir la cifra de personas fallecidas en las carreteras. Si preguntamos por el objetivo, la respuesta siempre es cero, pero todos insisten en que, al final, es un trabajo de todos conseguirlo. Desde su parte, solo pueden esforzarse en algunos aspectos, como la prevención, la disuasión de ciertos comportamientos o la concienciación y la aportación de información.

Estrategias para la prevención de accidentes

Si hablamos de accidentes mortales, sin duda los más graves a nivel de lesiones y fallecidos son los choques frontales. Cualquier carretera interurbana o urbana cuya división de carriles se forme únicamente por una línea es susceptible de ser un posible escenario de choque frontal. Las causas son muchas: el exceso de velocidad, un despiste, una posible emergencia médica desafortunada o causas externas no compatibles con la conducción, como el consumo de alcohol o drogas.

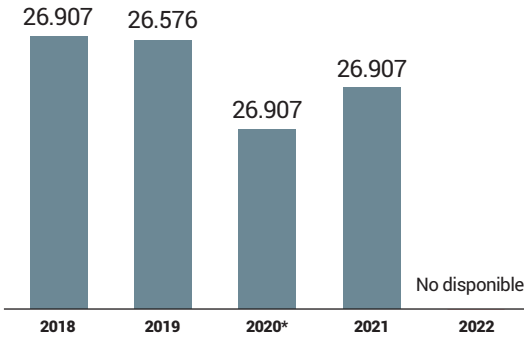
> Hasta 2030 se desplegará el modelo 2+1 de carretera en 420 kilómetros de la red catalana.

Para poner freno a este tipo de accidentes, la Generalitat tiene en marcha el despliegue del modelo 2+1, que, según han explicado recientemente, se extenderá a 420 kilómetros de carreteras catalanas. De momento, la inversión asciende hasta los 660 millones de euros y tendrá continuidad en el tiempo. Según la Generalitat, evitar los accidentes frontales tiene el potencial de reducir entre el 80% y el 100% de los accidentes mortales en las carreteras donde se ha actuado con este modelo. Según sus cálculos, interviniendo únicamente en el 7% de las carreteras catalanas se podría reducir la mortalidad en nuestras carreteras en un 20%.

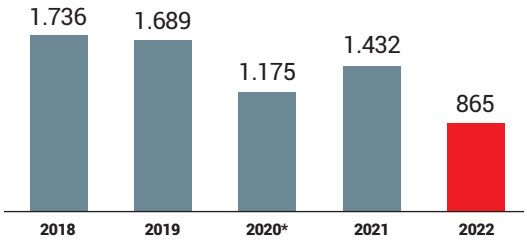
Este proyecto de actuaciones se extenderá hasta 2030 con el objetivo de transformar cerca de 420 kilómetros que actualmente tienen un carril por sentido en lo que han llamado esquema 2+1. Este formato de carretera consiste en configurar tres carriles de circulación, en el cual el carril central se va al-

Accidentes de tráfico en Catalunya

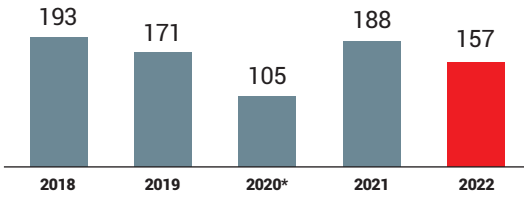
Número de accidentes



Heridos graves



Fallecidos



(*) Pandemia.

Fuente: Servei Català de Trànsit / Idescat. elEconomist

Le Generalitat adaptará carreteras para hacerlas más seguras. Luis Moreno

El Racc lanza constantemente campañas informativas y de concienciación para todos los usuarios de la vía. Luis Moreno

ternando en un sentido y en el otro para habilitar tramos seguros de adelantamiento para los vehículos, ya que gran parte de los choques frontales se dan durante las maniobras de adelantamientos. En la mayoría de carreteras 2+1 se dispone una separación reforzada de los dos sentidos.

De momento, este modelo se puede encontrar en carreteras como la C-55, la C-16 o la C-58, vías muy importantes dentro del sistema de carreteras catalanas por ser las principales arterias de la Catalunya Central y de las comarcas del Vallès Oriental y Occidental. Según confirman desde la Generalitat, desde su implantación no se han registrado nuevos choques frontales o frontolaterales y las personas fallecidas en accidente de tráfico se han reducido en un 90%, mientras que los accidentes graves han caído en un 50%.

Información y campañas de concienciación

Además de las actuaciones de la Generalitat, las entidades como el Racc juegan un papel esencial en la seguridad vial, comunicando el estado de las carreteras, los resultados de accidentes, realizando estudios sobre la movilidad y realizando planes de concienciación que, como el programa Mou-te bé!, se dirige a niños y niñas, los futuros conductores. Entre sus estudios se encuentran el barómetro del Ciclista Urbano de Barcelona y entre sus campañas, la nueva movilidad ha obligado a abrir el espectro y a incidir no solo en los coches y las motos, sino en los patinetes, las bicicletas y los viandantes. Desde el Racc recuerdan que todos formamos parte de la movilidad y que es responsabilidad de todos evitar los accidentes.

La entidad valora muy positivamente los datos de accidentes más recientes, que indican que, pese al retorno de la actividad, la siniestralidad y la mortalidad en la carretera, pese a crecer, no ha vuelto a los niveles prepandemia. No obstante, sus datos reconocen tendencias negativas sobre las que trabajar, como el dato de que en el 45% de los accidentes mortales tienen una moto, como mínimo, entre los vehículos involucrados -gran parte de sus campañas de concienciación se dirigen a los moteros-, o que los moteros suponen más de la mitad de las víctimas mortales en los accidentes acontecidos en Catalunya. También detectan que comportamientos como no ceder el paso a los viandantes, circular entre carriles, haciendo zig zag o usando el carril bici siguen siendo habituales entre los motoristas, mientras que seis de cada 10 usuarios de patinete admiten circular a más velocidad de la permitida. Acciones de riesgo que se deben evitar.

45% De los accidentes mortales en Barcelona tienen una moto como protagonista

Contratos

Acciona gestionará el sistema de saneamiento de Tordera

Acciona ha comenzado a operar las nueve depuradoras (EDARs) que constituyen el Sistema de Saneamiento del Grupo Tordera. Las plantas proporcionan servicio a varias localidades de la provincia de Barcelona: Sant Celoni, Santa María de Palautordera, Sant Esteve de Palautordera, Campins, Cam Ram, Pertegás, Montseny y Gualba. El contrato, adjudicado por la entidad pública del Consorci Besòs Tordera, tiene una duración de dos años con posibilidad de un máximo de dos prórrogas anuales, y un importe total de 3,68 millones de euros, incluyendo un 25% para reposiciones y mejoras de las EDARs. Las depuradoras en conjunto ofrecen servicio a una población equivalente a casi 45.000 habitantes, con un caudal medio diario de 7.500 metros cúbicos. La red de saneamiento tiene más de 15 kilómetros de colectores y hay siete estaciones de bombeo externas a las plantas. El contrato incorporará importantes novedades tecnológicas para optimizar la eficiencia energética, cambio de infraestructuras que han sufrido deterioros por el paso del tiempo y otras labores no energéticas. El objetivo es garantizar el correcto funcionamiento de éstas y la calidad de las aguas depuradas. Entre las actuaciones a ejecutar en el Grupo Tordera se encuentra la realización de una asistencia técnica y modelización BIM para cada una de las plantas o la implantación de paneles fotovoltaicos.

Alimentación

Caprabo rebaja el precio de 1.000 productos

Caprabo se abona a la rebaja de precios. La cadena de supermercados ha lanzado el plan *La cesta que enamora* para recortar el coste de hasta un millar de productos de sus estanterías. La compañía invertirá dos millones de euros con este plan, que se sumará a los nueve millones de euros ya invertidos en 2022 en ajustes de precio. La nueva cesta de Caprabo incluirá tanto productos de marca como artículos de marca propia. Saltará desde categorías básicas como lácteos, verduras, frutas, aceite, arroz, pasta, legumbres, frutos secos hasta incluso el pescado. Según informó la empresa en un comunicado, el 12% son artículos de proximidad y un 20% son frescos. La cadena de supermercados los identificará con un pequeño corazón rojo en las etiquetas. "Nuestro objetivo es contribuir a minimizar el impacto de la inflación en la cesta de la compra de los consumidores facilitando la compra completa. La iniciativa sigue la estela de otras que pusimos en marcha a lo largo de 2022, con el mismo objetivo", explica Jordi Lahiguera, director de marketing de la organización. El proyecto también estará disponible en la venta *online* y se sumará al listado de descuentos que Caprabo ya tiene en marcha durante todo el año, como un 70% de descuento en la segunda unidad o la devolución del IVA.

Resultados

bonÀrea alcanza 2.822 millones de facturación y 69 de beneficio

bonÀrea Corporación facturó 2.822 millones de euros en 2022, un 25,4% más respecto a 2021, influida por los efectos de la inflación y en especial el alza de precios de los carburantes suministrados. El beneficio neto se situó en 69,36 millones, un 6% más. "A pesar de los incrementos de los costes de las materias primas, energía y los aumentos de salarios realizados, hemos mantenido y controlado nuestros precios competitivos de los productos alimentarios de las tiendas bonÀrea. Esto ha sido posible al asumir una reducción del 14% de nuestros márgenes comerciales, así como también por los menores costes de producción de nuestra economía circular y menores costes financieros de nuestra propia autofinanciación", indicó la compañía.

La actividad más importante es la venta de alimentación, con una facturación de 1.318 millones, un 10,3% más que el ejercicio anterior: El principal canal de venta han sido las 560 tiendas bonÀrea que han comercializado 1.064 millones de euros directamente al consumidor final, con un aumento del 13%. El resto de canales de distribución de alimentación humana (Cash, Horeca, exportación, etc.) han situado las ventas anuales en los 254 millones, un 1% más que el ejercicio anterior.

Catalunya
elEconomista.es

Celebraciones e inversiones para preparar un futuro apasionante

El futuro es hoy. Es la típica frase de libro de autoayuda, pero personalidades como Gerard Piqué y el Mago Pop lo ejemplifican a la perfección, buscando siempre cómo dar el siguiente paso, ese que les ponga por delante de la competencia y como referentes.

Álex Soler. Fotos: eE

El Mago Pop compra un teatro en Missouri para "hacer carrera" en Estados Unidos
El ilusionista Antonio Díaz, conocido como El Mago Pop, ha comprado un teatro en la localidad de Branson, Missouri, en línea con su proyecto "a largo plazo" en Estados Unidos, que empezará en verano en Nueva York, en Broadway.

Empresarios y gestores fortalecen sus vínculos
Foment del Treball y el Colegio de Gestores Administrativos de Catalunya firman un convenio de colaboración para reforzar sus relaciones.

Barcelona se prepara para la Copa América de Vela
Ya ha pasado un año desde la designación de la ciudad como sede de la prueba y las bases de los equipos ya están tomando forma en el Port Vell.

Catalunya
elEconomista.es

El Cap Roig Festival presenta el cartel para su 23ª edición, que se celebrará este verano

El Cap Roig Festival, uno de los principales del territorio catalán, arrancará el 14 de julio con la actuación de Rod Stewart y se prolongará hasta el 19 de agosto con nombres como Sebastián Yatra, Stay Homas, Pablo López, Lola Índigo, Els Catarres, Luz Casal, Manuel Carrasco o Vanesa Martín.

Pacto por la prevención y reducción del fraude fiscal

La ATC y el Colegio de Registradores de la Propiedad firman un convenio para facilitar el acceso a los datos de propiedad, mercantiles y bienes inmuebles.

Jordi Cruz, protagonista del San Miguel GastroFest Km0

El chef catalán abrió oficialmente el evento celebrado en el Poble Espanyol con un *showcooking* con productos de origen de proximidad.

Rehabilitación del Portal de la Pau del Puerto de Barcelona

El Gobierno español destinará más de 17 millones de euros para la rehabilitación, que contará con actuaciones con un plazo de ejecución de 18 meses.

Amazon y Womenalia impulsan el talento femenino

Más de 100 emprendedoras catalanas impulsaron sus negocios en la segunda edición de "Mujeres que rompen barreras" con Amazon y Womenalia.

Catalunya
elEconomista.es

Sanofi inaugura su nueva sede central en Barcelona

La nueva sede da cabida a los 800 empleados de la firma y combina oficinas y su centro de innovación global, en un espacio híbrido que busca fomentar la colaboración y la creación.

Vuelve la International Talent Monitor

Barcelona Global y Banc Sabadell han reafirmado la apuesta por la atracción del talento global y han renovado su convenio para la sexta edición de la encuesta.

La Final Four de la Kings League llena el Camp Nou

La competición ideada por Piqué y retransmitida por Internet concentró a más de 90.000 personas en la final a cuatro disputada en el estadio del Barça.

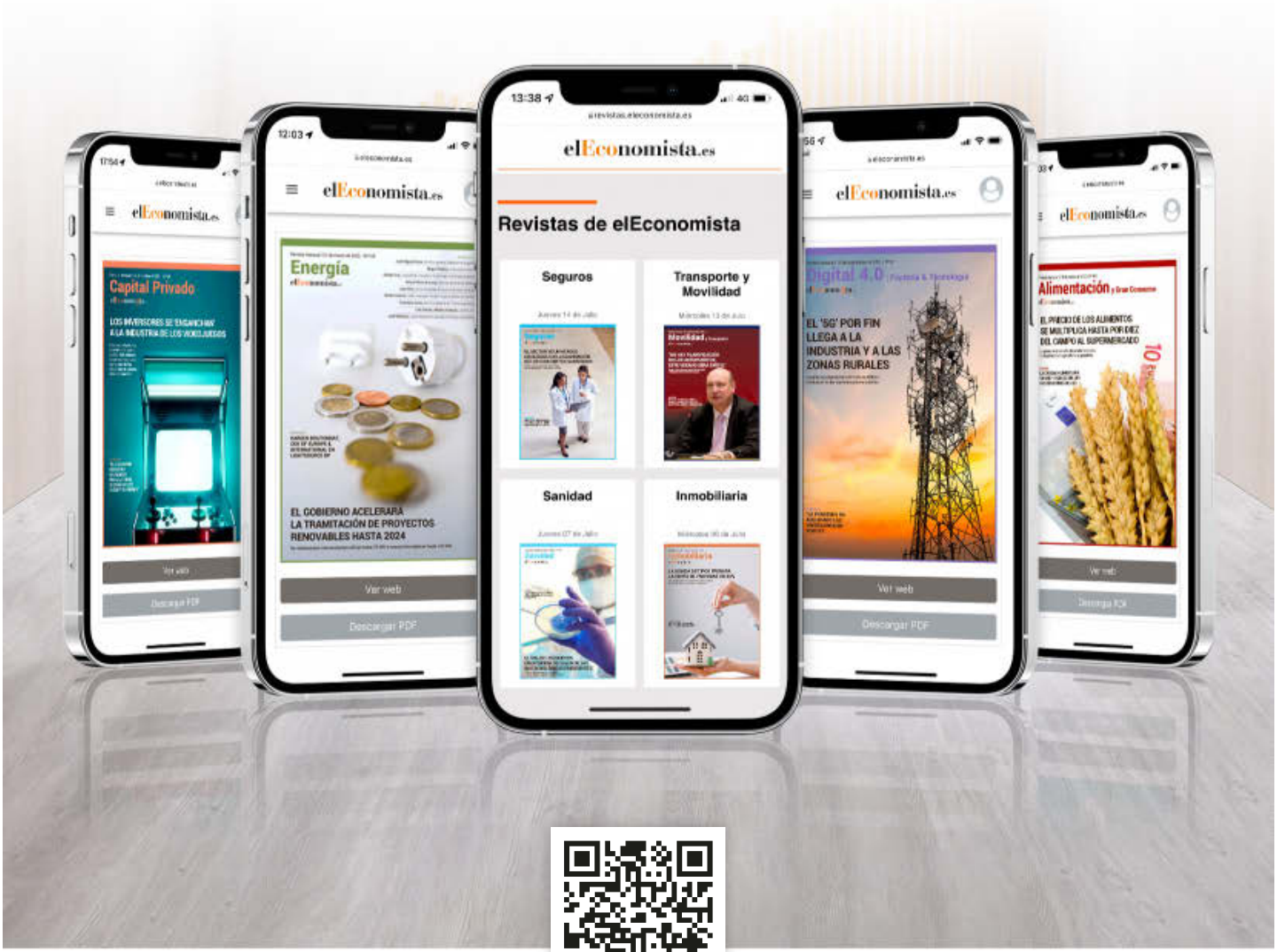
Éxito del Passeig de Gourmets 2023

Los bocatas de autor fueron los grandes protagonistas de la edición, que confirma su continuidad para 2024.

elEconomista.es

Nuestras revistas sectoriales en todos los formatos digitales

Agro • Agua y Medio Ambiente • Alimentación y Gran Consumo
Buen Gobierno, Luris&lex y RSC • Capital Privado • Catalunya • Comunitat Valenciana
Digital 4.0, Factoría & Tecnología • Energía • Franquicias, Pymes y emprendedores
Inmobiliaria • País Vasco • Sanidad • Seguros • Movilidad y Transporte



Accede y descarga desde tu dispositivo todas las revistas en: **revistas.eleconomista.es/**
Síguenos en nuestras redes sociales: **@eleconomistaes**

Catalunya
elEconomista.es

Estela López
Delegada de elEconomista en Catalunya

Mitigación y adaptación al cambio climático

La noche del 25 de marzo tuvo lugar La Hora del Planeta, iniciativa nacida en Sidney en 2007 como un gesto simbólico para llamar la atención sobre el problema del cambio climático. Actualmente participan países, instituciones, empresas y ciudadanos de todo el mundo, que apagan las luces de edificios y monumentos durante una hora, pero la lucha efectiva contra la emergencia climática avanza lentamente, demasiado lentamente. Las administraciones públicas elaboran leyes para reducir las emisiones contaminantes que son criticadas por el sector productivo por poner en peligro algunos negocios, mientras otros colectivos reprochan que son medidas insuficientes.

Unos países reivindican su derecho al desarrollo después de que otros contaminasen antes, y poblaciones que viven de la naturaleza junto al mar sufren las consecuencias climáticas de quienes han derrochado recursos y contaminado en exceso a miles de kilómetros. Todos tienen sus argumentos, pero nadie saldrá victorioso si el planeta llega a un punto de no retorno. Este pasado mes de marzo, la comunidad internacional fue incapaz de consensuar objetivos en la Conferencia Internacional del Agua 2023, que organizó la ONU en Nueva York, mientras Catalunya celebró su particular cumbre de la sequía el día 31 a iniciativa del presidente de la Generalitat, Pere Aragonès.

Mirando hacia atrás en la historia, muchas son las especies y civilizaciones que han sucumbido debido a cambios climáticos, y no parece que la sociedad actual llegue a ponerse de acuerdo a tiempo sobre cómo frenar los desequilibrios en el ecosistema que ha desencadenado la propia acción humana. La última esperanza radica en que el desarrollo tecnológico actual permita a la humanidad adaptarse a un planeta recalentado y con fenómenos climáticos extremos.

EL PERSONAJE

Pau Gasol

Presidente de la Gasol Foundation

Reconocer a Pau Gasol por su trayectoria como deportista es rendirse ante seguramente el mejor jugador español de baloncesto de la historia. Dedicado ahora a luchar contra la obesidad infantil y las desigualdades en la salud, el exjugador de baloncesto cerró el mejor marzo posible. A la retirada de su dorsal 16 en Los Angeles Lakers, equipo con el que ganó dos campeonatos de la NBA, se suma ahora su reconocimiento como futuro 'Hall of fame' de la competición, el primer jugador español que lo consigue, que le posiciona como una leyenda.

LA CIFRA

64.000.000

euros

El Port de Tarragona cerró el año pasado con una facturación de 64 millones de euros, lo que supone un 20% más respecto al año 2021. A esa cifra se llegó tras terminar el ejercicio con 30 millones de toneladas transportadas. Según el puerto, el éxito de la infraestructura en 2022 residió en su papel como una puerta estratégica para la entrada de productos agroalimentarios al mercado español. Estas cifras situan al Port de Tarragona dentro del top 10 de puertos con mayor volumen de mercancías de todo el territorio español.

El retuiteo

"Estoy convencido que Clara Ponsatí (sí, la misma que llama a los jóvenes catalanes al martirio por la patria) ha pactado con Sánchez su retorno en cómodos plazos".

Alejandro Fernández (@alejandroTGN), presidente del PPC, tras el retorno de Ponsatí, después de pasar cinco años en Bélgica y Escocia. La exconsellera fue detenida y puesta en libertad por el juez Llarena antes de volver a Bruselas.