

Revista mensual | 2 de noviembre de 2020 | N°66

Catalunya

elEconomista.es

LAS AUTOPISTAS, EL PRÓXIMO CAMPO DE BATALLA EN EL QUE LUCHARÁN ESTADO Y 'GOVERN'

En 2021 caducan varias concesiones y el 'Govern' busca crear un nuevo modelo de pago

IMPACTO SOCIAL

LA FAGEDA, CASI 30 AÑOS ACERCANDO EL EMPLEO A LOS DESFAVORECIDOS





A fondo | P6

La incertidumbre rodea el futuro de las autopistas catalanas

El Govern busca aplicar un nuevo modelo de pago que afecte también a las autovías mientras el Estado quiere que sean gratis y los trabajadores sufren por sus empleos.



Entrevista | P12

Xavier Berneda, consejero delegado de Munich

Berneda, que lidera Munich junto a su hermano David, explica el estado de la compañía y cómo compite contra las principales marcas.

El pulso del mercado | P5

El Covid-19 hunde el Ibex tras un mes irregular

Octubre avanzaba a buen ritmo hasta que el pasado 26 de octubre se anunciaron las duras restricciones antiCovid a nivel nacional.

Crónica del MAB | P16

Más verde que rojo en el MAB pese a la pandemia

Los buenos resultados de algunas de las compañías catalanas del MAB y reconocimientos como el de Holaluz como líder en sostenibilidad impulsan el mercado.



Ronda de financiación | P24

Picker cierra una ronda de 1,3 millones de euros pese al Covid-19

Enric Gabarró, consejero delegado de Picker, expone que buscan afianzar su app, basado en las recomendación de productos.



Éxito empresarial | P30

Next Arquitectura, del lapiz a la entrega de llaves sin intermediarios

Next Arquitectura crece a pasos agigantados con su modelo cercano que integra todos los procesos de creación y construcción.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña Vicepresidente: Raúl Beyruti Sánchez

Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez Director de Marca y Eventos: Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Directora de elEconomista Catalunya: Estela López

Diseño: Pedro Vicente y Elena Herrera Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega Redacción: María Teresa Coca y Àlex Soler



Aplanar la curva (otra vez) vuelve a ser responsabilidad de todos

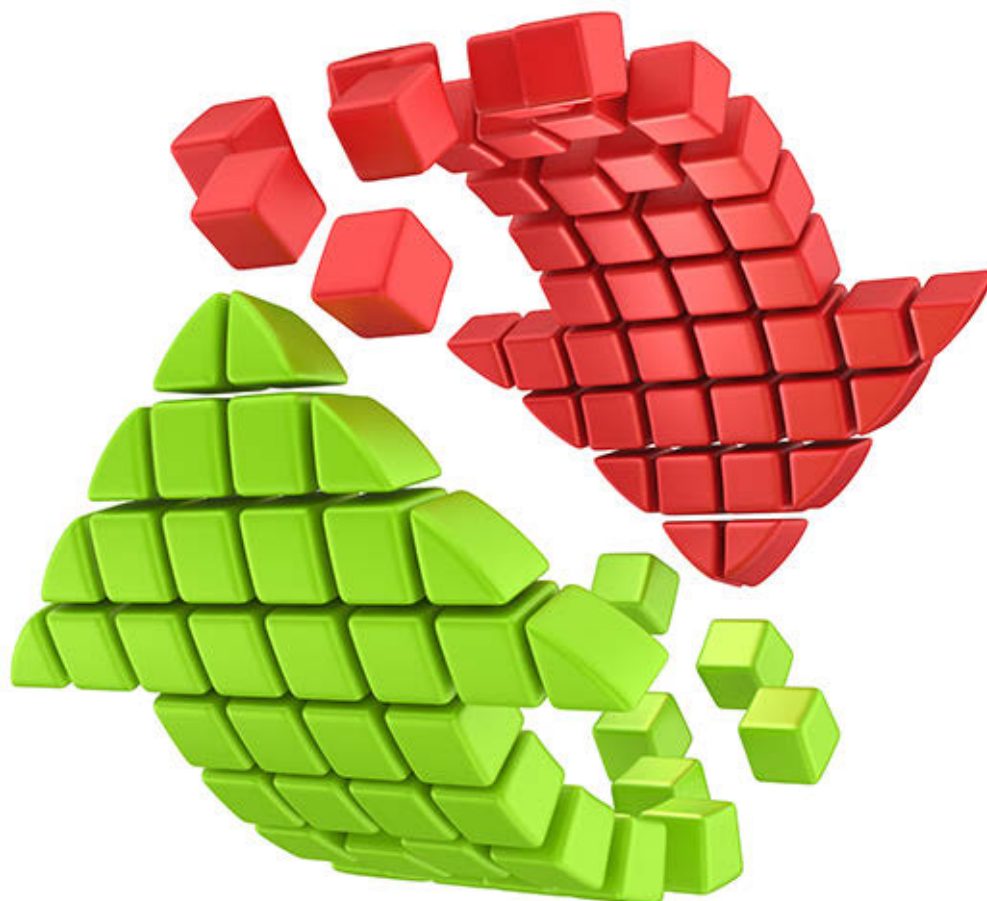
Esa peliculera escena que refleja a toda una familia en el sofá mirando las noticias en la tele ha vuelto a ser real. Lejos de guerras o proezas dignas de recordar como la llegada del hombre a la luna, las familias se han reunido últimamente para conocer las últimas novedades acerca del estado de la pandemia. Con un contexto que se asemeja demasiado al vivido en marzo, medidas como el toque de queda han sido recibidas como un jarro de agua fría y Catalunya y toda España miran con temor y recelo como el Covid-19 se apodera de todo otra vez. En el horizonte, una campaña navideña que hay que salvar y la esperanza de poder comer las uvas con nuestros seres queridos. Nada más lejos de la realidad, y ya lo avisó Sánchez, “todos queremos eso”, pero la situación es la que es y, si la curva no se aplanan, Navidad confinada.

Han vuelto a ser comunes, de nuevo, las quejas a la clase política, regional y estatal, por unas medidas que muchos consideran demasiado restrictivas y otros consideran que lo único que hacen es molestar porque, ¿qué evitas cerrando las calles de 22.00 a 06.00 -en el caso de Catalunya-? Es evidente que pedir a los políticos coherencia, medidas firmes y una respuesta a la altura de la situación no es un privilegio, sino un derecho, pero la población debe asumir su parte de culpa, acatar y actuar con responsabilidad. Si bien es cierto que los políticos siguen a lo suyo, con el Conseller de Interior, Miquel Sàmper, recordando en la rueda de prensa de presentación del estado de alarma que las medidas planteadas por Pedro Sánchez “no son las que pedíamos”, ningún político disfruta encerrando a los ciudadanos.

Muchos de los que leerán estas líneas serán personas responsables que han asumido y seguido todas las recomendaciones de políticos y expertos de la salud, pero también es cierto que ciertas imágenes, como tiendas llenas, supermercados abarrotados, bares con más personas de lo permitido, y sin rastro de mascarillas, o los recurrentes botellones han sido habituales en los últimos meses. No todo es culpa de los políticos, que bien podrían quejarse de muchos de sus ciudadanos. Ahora toca, más que nunca, ser responsables. Aplanar la curva está en nuestras manos y solo remando todos en la misma dirección podremos salvar no solo la Navidad en familia, sino también los bares, los restaurantes, los cines, los artistas y muchas pequeñas tiendas que viven al día y están a un fin de semana de confinamiento, una de las medidas que estudia la Generalitat, de echar el cierre permanente. No solo está en juego nuestra salud, sino la salud de los barrios, pueblos y ciudades. Nadie aguantaría tres meses más de confinamiento salvo algunas grandes empresas y por mucho que nos autoconvencamos de que no lo pueden volver a cerrar todo, las UCI se están volviendo a llenar y la cifra de fallecidos por Covid-19 vuelve a escalar a niveles alarmantes. Recordemos aquel anuncio de la DGT que preguntaba cuántas víctimas al año sería una cifra aceptable. Pues eso: objetivo cero.

■
A los políticos se les debe exigir que estén a la altura, pero a los ciudadanos también, para evitar un encierro

■



Suben

El Puerto de Barcelona reduce sus emisiones un 20% en cinco años

El Puerto de Barcelona ha reducido sus emisiones de dióxido de carbono en un 20%, convirtiéndose así en el primer puerto del mundo en conseguir la estrella Lean & Green, plan impulsado por la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc), al lograr esta reducción en un plazo máximo de cinco años. El puerto ha realizado muchas acciones para reducir las emisiones derivadas de su actividad.

Eulen, miembro Silver de la Fundación Empresa y Clima

El Grupo Eulen y la Fundación Empresa y Clima, rubricaron la pasada semana un acuerdo por el que la multinacional catalana se convierte en miembro Silver de la fundación, referente sostenible para las empresas de nuestro país ante las necesidades y dudas originadas por el Cambio Climático y sus efectos directos e indirectos. El Grupo Eulen tiene en la sostenibilidad uno de sus pilares.

El centro de BASF en Rubí, premiado por su seguridad

La fábrica de BASF en Rubí fue distinguida en octubre con el Premio Seguridad FEIQUE 2019, que otorga la Federación Empresarial de la Industria Química Española, en reconocimiento a las empresas adheridas a la Federación que han contabilizado un índice cero de accidentes durante el año pasado. Los galardones fueron concedidos a un total de 23 empresas y centros productivos.

Bajan

Canadell usa la Cambra contra la fusión CaixaBank-Bankia

Desde su posición contraria a la fusión de CaixaBank y Bankia, el presidente de la Cambra de Comerç de Barcelona, Joan Canadell, determinó que la institución que lidera consulte a los empresarios y autónomos de Catalunya su posicionamiento respecto a esta operación financiera. Así, la Cambra abrió una consulta para conocer si la fusión es "beneficiosa" para las empresas catalanas.

Las licitaciones han caído un 41% por culpa del coronavirus

La Cámara de Contratistas de Catalunya advirtió que el Covid-19 y la consecuente crisis económica han llevado al sector de la construcción a una nueva etapa de recesión. Constructores y promotores constatan que las empresas del sector están disminuyendo su cartera de proyectos y cada vez tienen más dificultades. Desde enero, la licitación ha caído un 41%.

Dudas sobre la rebaja del 50% del alquiler en restauración y comercio

La Generalitat aprobó el Decreto Ley 34/2020, del 20 de octubre, mediante el que los arrendatarios afectados por el Covid-19 autorizados puedan pedir una modificación razonable y equitativa de las condiciones del contrato. Tras su entrada en vigor, los juristas consideran que este decreto, que en esencia rebaja los alquileres, es inconstitucional y carece de base legal.

Así evolucionan las cotizadas catalanas

Datos a 2 de noviembre

Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

COMPAÑÍA	PRECIO OBJETIVO		BENEFICIO NETO ESTIMADO 2020		RENT. POR DIVIDENDO ESTIMADA 2020 (%)	REC.*	VARIACIÓN MENSUAL (%)	REVISIONES NEUTRALES (%)	REVISIONES POSITIVAS (%)	REVISIONES NEGATIVAS (%)
	EUROS	VARIACIÓN MENSUAL (%)	MILLONES DE EUROS	VARIACIÓN MENSUAL (%)						
Almirall	17,47	↓ -1,49	123	8,04	1,67	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Appplus Services	8,95	↓ -7,00	31	47,14	1,08	C	= Sin cambios	20,0	80,0	0,0
Audax Renovables	2,90	= 0,00	4	0,00	0,00	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Banco Sabadell	0,43	↓ -5,52	182	-0,51	0,92	V	= Sin cambios	62,5	4,2	33,3
Caixabank	2,16	↓ -1,12	836	8,19	1,63	M	= Sin cambios	38,5	57,7	7,7
Cellnex	50,51	↑ 3,80	64	23,61	0,17	M	= Sin cambios	34,8	52,2	13,0
Edreams Odigeo	4,43	↓ -2,92	48	127,68	0,00	M	= Sin cambios	33,3	33,3	33,3
Ercros	-	-	8	0,00	0,00	-		0,0	0,0	0,0
Fluidra	12,46	↓ -0,69	70	4,69	0,71	C	= Sin cambios	33,3	58,3	8,3
Naturgy	18,21	↓ -0,37	1.153	1,02	8,50	V	= Sin cambios	40,9	9,1	50,0
Grifols	32,63	↓ -1,26	726	7,59	1,47	C	= Sin cambios	28,6	66,7	4,8
Grupo Catalana Occidente	27,54	↓ -10,06	186	39,97	3,15	C	= Sin cambios	20,0	80,0	0,0
Inmobiliaria Colonial	8,37	↓ -1,71	115	-0,15	2,33	M	= Sin cambios	23,5	41,2	29,4
Laboratorio Reig Jofre	-	-	-	-	-	-		0,0	0,0	0,0
Miquel y Costas & Miquel	19,23	= 0,00	38	0,00	3,49	-	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Naturhouse Health	1,90	↓ -20,83	13	57,56	8,14	-	↑ Mejora	100,0	0,0	0,0
Nueva Expresión Textil	-	-	-	-	-	-		0,0	0,0	0,0
Oryzon Genomics	9,60	= 0,00	-7	2,24	0,00	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0
Renta Corporacion Real Estate	3,40	↓ -1,45	14	38,50	1,13	C	= Sin cambios	0,0	100,0	0,0

Variaciones calculadas entre el 31 de agosto y el 2 de noviembre.

C Comprar M Mantener V Vender

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

elEconomista

Calamitoso final de mes en el IBEX

Àlex Soler

■ Cellnex compra 7.000 antenas de telefonía en Polonia por 800 millones

La compañía Cellnex Telecom aterriza en Polonia con la compra y despliegue de 7.000 emplazamientos del operador Play. En concreto, el acuerdo consiste en la adquisición del 60% de la red nacional de la teleco líder del país y de otras 5.000 en los diez próximos años, para así sumar 12.000 *sites*. El importe total de la operación se cifra en 800 millones de euros, todo ello financiado con la caja disponible. La alianza entre las dos compañías se mantendrá, como mínimo, durante los 20 próximos años. Según los términos del acuerdo, esta empresa polaca podría invertir hasta 1.300 millones de euros en los próximos diez años en el despliegue de 5.000 emplazamientos.

■ Naturgy mejorará sus contratos de gas con Argelia

Sonatrach está dispuesta a renegociar a la baja los contratos de abastecimiento de gas que mantiene con Naturgy, según se desprende de las declaraciones de su director general, Nazim Zoywish, que está listo para "retroceder un paso para poder dar un salto adelante en el futuro". Los contratos se renovaron en 2018 hasta 2030 y representaban en ese momento un 40% de los aprovisionamientos de la compañía española. El anuncio del martes pasado de la empresa presidida por Francisco Reynés de que ha renegociado ventajosamente las condiciones de dos contratos de gas natural licuado con uno de sus principales proveedores agitó Sonatrach con la que está revisando contratos.

¿Pagar o no pagar? La polémica de las autopistas

En 2021 terminan varias concesiones en Catalunya, con el Govern empeñado en implantar su modelo de pago por uso y cientos de trabajadores angustiados por el futuro de su empleo

Àlex Soler



Todo apunta a que en septiembre de 2021 se alzarán las barreras en la AP-7 y la AP-2. Luis Moreno



La AP-2 y la AP-7 son las autopistas en las que caduca la concesión. Luis Moreno

Las autopistas catalanas serán las protagonistas de muchas noticias en 2021. Quizá no las más comentadas, pero sí serán celebradas por muchos, ya que, según confirmó el Ministerio de Transportes -antiguo Ministerio de Fomento- no se renovarán las concesiones para la explotación, gestión y conservación de las autopistas con régimen de peaje. Empezó la ronda de eliminación de barreras la AP-1, en el tramo Burgos-Armiñón, y siguieron a finales de 2019 algunos tramos catalanes de la AP-7, en su paso entre Salou y Alicante. En septiembre de 2021, más autopistas catalanas quedarán liberadas del peaje, la AP-7 La Jonquera-Barcelona, Barcelona-Tarragona, Montmeló-El Papiol; y la AP-2 entre Zaragoza y el Mediterráneo, pasando por Lleida y por el interior de la región. Tras esa fecha, solo quedarán los peajes de la C16 y la C36 en su paso por la Catalunya Central y la costa mediterránea, respectivamente. Aunque parezca un puro trámite y que simplemente es el fin de la mayoría de las autopistas catalanas, en realidad se abre una gran cantidad de incógnitas: ¿Qué pasará con los trabajadores de los peajes? ¿Quién paga el mantenimiento si las autopistas son gratis? ¿Se implantará la novedosa viñeta de pago por uso que impulsan los políticos catalanes y entidades como Pimec?

¡Barreras arriba!

El escenario más posible es que se levanten las barreras y la AP-7 y la AP-2 terminen siendo completamente gratuitas. Desde el Ministerio de Transportes la intención es que su mantenimiento se cubra

con los Presupuestos Generales del Estado, pasando a estar financiadas con los impuestos que paga toda la población. Este escenario molesta a todas las partes implicadas, excepto al propio ministerio y a las asociaciones que piden que estas carreteras sean de circulación libre. Desde el sindicato CCOO, Ivan Orpella, secretario de acción sindical, este futuro augura despidos. Muchos despidos. "Más o menos será el 60% de las plantillas que gestionan estas carreteras". "Que se termine la concesión sin esta-

60%

Porcentaje de la plantilla de las empresas gestoras de las autopistas dedicada al cobro

blecer un nuevo modelo de gestión y de financiación de las infraestructuras es, *de facto*, eliminar toda la vertiente funcional asociada al cobro de peaje, que ya viene reducida durante los últimos años por la automatización. Por tanto, es eliminar todos los empleos asociados al cobro", añade Orpella. Desde el sindicato se piden soluciones en forma de un "modelo integral para todas las vías y que tenga duración en el tiempo. Así se podrá generar un foco de ocupación para reconvertir los puestos de trabajo perdidos". Orpella admite que "es evidente que la gente que paga por circular no quiere pagar para ir a trabajar, pero también que quien va en metro paga

Catalunya

elEconomista.es

por ello". A su vez, Orpella recuerda que si lo que pretenden las administraciones es reducir el tráfico en ciudades como Barcelona, abrir las barreras de las autopistas es una contradicción. "Por eso pedimos un plan que integre todas las carreteras y toda la movilidad", dice desde CCOO.

Un punto de vista muy distinto tienen asociaciones como Prou, AP7 Gratuïta Ja! Llorenç Navarro, portavoz de esta asociación, defiende que su vocación es informativa y que se basa en la seguridad como argumento para pedir unas autopistas gratuitas. Navarro dice que "nacemos desde movimientos vecinales en las Terres de l'Ebre porque teníamos una accidentabilidad brutal. En cinco años contamos entre 60 y 80 accidentes en la N-340, la vía alternativa a la entonces de pago AP-7. La historia es que, una vez queda gratis el tramo Salou-Alicante no ha habido muertos". Según sus cuentas, antes de ser gratuito llegaron a pasar hasta 24.000 vehículos por sentido por la carretera Nacional, con un único carril por banda, creando un caldo de cultivo ideal para los accidentes frontales. Esta asociación se ha manifestado, ha hecho documentales e investigado acerca de las prácticas del Gobierno y las empresas que gestionan dichas carreteras, tachándolas, dicho suavemente, de "ilícitas" y acabando a veces en los juz-

La viñeta, o pago por circular por toda Catalunya, es la opción favorita del Govern

gados. Preguntado por el modelo de financiación, Navarro defiende que la fórmula de los Presupuestos Generales del Estado es totalmente factible si además se suma lo que aportan las áreas de servicio y si todas las operaciones en estas vías se llevan a cabo por empresas públicas. "Si no, se subcontratan empresas, el producto es deficiente y no se fiscaliza", dice. Asimismo, cree que así se mantendría la mayoría de empleos. Sobre lo que no quiere oír hablar Navarro es de la viñeta. En cambio, Orpella, lejos de estar de acuerdo y de reconocer que habrá despidos si se abren las autopistas, considera que la viñeta "da solución a todas las particularidades de la movilidad si se aborda globalmente".

La viñeta, pagar por todas las carreteras

A riesgo de parecer confuso, la viñeta es una de las soluciones ideadas por el Govern para seguir generando un rendimiento de las autopistas, mantener el empleo y ganar dinero consistente en el pago por el uso de la red de carreteras catalanas. De toda la red. En esencia es pagar todos los usuarios para que no pague toda la población a través de impuestos. La viñeta se posiciona como el método favorito de la Generalitat, los sindicatos y entidades como la patronal Pimec. Ignasi Sayol, presidente de Pimec



Puerta de Barcelona, una interminable hilera de puntos de pago. Luis Moreno

Catalunya

elEconomista.es



Los 474 kilómetros de autopistas pertenecientes al Estado dejarán de ser de pago. Luis Moreno / iStock / Alamy

Logística, expone que “no tiene sentido que se paguen las carreteras desde los presupuestos si hay gente de fuera que también circula por nuestras carreteras o hay gente que no circula”. Poniendo el ejemplo del peaje en la sombra del Eje Transversal, “los camioneros franceses que van a Portugal, pasan por el eje y no pagan”. “El concepto de viñeta se implantaría en todas las vías rápidas de Catalunya. Es una solución territorial”, dice Sayol.

A grandes rasgos, la Generalitat intenta que el Ministerio de Transportes acceda a que en todas las vías rápidas, autovías y autopistas catalanas pueda aplicarse la viñeta, incluso las que son de su titularidad, para pasar de pagar solo la AP-7, la AP-2, la C16 y la C32 a pagar en todas las autovías. Desde Pimec, a partir de un estudio riguroso que contempla muchas variables, cifran entre 60 y 80 euros el precio anual por circular por toda Catalunya, para personas residentes. En el caso de transportistas y extranjeros, pagarían por día o período específico. Asimismo, si alguien solo usa el coche 15 días al año, por ejemplo, también pagaría una parte proporcional. “Solo con la gente que pasa puntualmente por Catalunya

pagaríamos un 40% del mantenimiento de las carreteras catalanas”, dice Sayol. Lo ideal, además, sería pagar por uso preciso, pero admiten que para eso hace falta más tecnología. El problema, según la patronal, es que desde el ministerio no accederán a este modelo, derivando la gestión de las carreteras al presupuesto del Estado. “La gente que no conduce pagará las carreteras y los que sí lo hacen también”. Para Pimec, y también CCOO, levantar barreras equilibraría territorialmente la red de carreteras del Estado, eliminando las diferencias entre comunidades autónomas, pero a cambio el tráfico exterior dejaría de contribuir al sistema, crecería el tráfico urbano, con el problema de contaminación que eso supone, y sería imposible que el coste de mantenimiento de toda la red española -16.000 millones entre 2020 y 2039- recayera sobre los presupuestos, traduciéndose en más deuda y, probablemente, más impuestos. “No tiene sentido ir hacia el modelo gratuito para que todos paguen, los que disfruten de las carreteras y los que no”, acaba Sayol.

El debate está servido, pero la voluntad del Estado es firme: se acabarán los peajes, probablemente.



Alberto Fernández
Consejero delegado y fundador de IMC Media

Diario de un emprendedor: Capítulo 1: Avanzar con el freno puesto

Empezamos una semana normal en la vida de un emprendedor. Lunes por la mañana, 10 de la mañana hora local. Reunión de *new business* -posible nuevo cliente- mediante videoconferencia con el equipo directivo de una empresa nacional con experiencia en su mercado, pero poco conocida por el público en general.

Les ofrecemos nuestros servicios integrados de comunicación. Ellos nos cuentan que están a punto de lanzar al mercado un nuevo producto y que tienen puestas todas sus expectativas en él para poder aliviar los números en el próximo H1.

Llevan invertido en el proyecto una cantidad considerable de recursos. Hablan de nuevos acuerdos con grandes superficies, de intensificar la actividad comercial en Catalunya, en España y en algunos mercados internacionales, pendientes de definir, de la importante inversión económica que está realizando para que todo esté listo y de lo que supone en su cuenta de resultados actual... El tiempo va pasando y la reunión se va haciendo cada vez más informal.

Tras una primera media hora más seria pasamos a hablar de temas que les preocupan y les interesa por igual, temas tales como si la publicidad programática y las redes sociales funcionan solas o es mejor utilizarlas como complemento a otras acciones de mayor envergadura, si es mejor invertir en Latinoamérica que en Europa, si esforzarse en tener una empresa sostenible aumenta la fidelidad de los nuevos consumidores según los efectos de la pandemia, si las nuevas tendencias como el *blockchain*, el *voice marketing* o la influencia del 5G van a dar otra vuelta de tuerca al mercado, si el periodo postcovid será diferente o guardará alguna similitud con lo que era su mercado antes de la pandemia o si las agencias de comunicación y los departamentos de marketing van por detrás o por delante de la tecnología y sus aplicaciones prácticas.

Temas relevantes en estos momentos de cambio en el que la incertidumbre sobrevuela todos nuestros tejados. La reunión finaliza cordialmente. Se comprometen a pasarnos un presupuesto estimativo para que les preparemos una propuesta de campaña que les ayude a triunfar con su nuevo proyecto.



Martes por la tarde, 10 de la mañana en Costa Rica. Reunión por videoconferencia con el equipo directivo de una de las empresas más importantes del sector en su país y en toda la región de Centroamérica. Ya conocen nuestros servicios, y el tema principal de la reunión es la resolución de dudas respecto una posible campaña de captación de nuevos clientes en EEUU.

Comentamos la posibilidad de realizar un estudio aprovechando el *big data* para averiguar en qué estados hay una mayor cantidad de público objetivo que podría estar dispuesto a contratar sus servicios, ahora que ya han abierto algunos vuelos entre ambos países.

Tratamos la importancia de no depender solo de las redes sociales para realizar cualquier operación, y complementarla con un reducido equipo comercial local en las zonas a activar la acción, y con una campaña que además de comunicar le otorgue a la compañía algo más de dimensión, ya que estamos hablando de un lanzamiento de un servicio nuevo, pero no novedoso para el consumidor norteamericano.



Hablamos sobre nuevas tendencias de marketing como el *newsjacking* o el *viraljacking* para llegar a la población desde noticias relacionadas con su empresa o contenidos relacionados con su mercado. La reunión finaliza cordialmente. Se comprometen a pasarnos un presupuesto estimativo para que les preparemos una propuesta de campaña que les ayude a triunfar con su nuevo servicio.

No se le pueden pedir milagros a una estrategia ni campaña.

No se puede avanzar con el freno puesto

Miércoles por la tarde. Recibimos los dos presupuestos. Aunque se trate de empresas de cierta relevancia económica, ambos son claramente insuficientes para los objetivos que nos han propuesto y que se han marcado. Si los aceptamos, corremos el riesgo de que la campaña no funcione como esperan y podamos centralizar todas las culpas. Si no los aceptamos, perdemos la oportunidad de añadir dos clientes a nuestra cartera y mejorar -aunque menos de lo que esperábamos - nuestra cuenta de resultados.

Viernes por la mañana. Respondemos a ambos *prospects* con total honestidad:

“Lamento decirles que el presupuesto que nos proponen no es suficiente para cumplir sus objetivos. Después de estudiar bien su caso, aquí les proponemos un plan realista de mínimos con el que pensamos que podrán obtener la respuesta deseada, aunque económicamente es algo más elevado de lo que esperaban y en términos de plazos de ejecución se dilata respecto a sus pretensiones de lanzamiento, esto es lo que deberían hacer, o esperar a mejores circunstancias para lanzar”.

Conclusiones: aunque estemos hablando de dos proyectos con 9.000km de distancia entre ellos, los dos tienen los mismos problemas: exceso de confianza en la comunicación, falta de datos realistas y falta de presupuesto suficiente dada la situación actual.

No se le pueden pedir milagros a una estrategia, ni a una campaña, ni a una planificación de medios. No se puede avanzar con el freno puesto. Y es nuestra responsabilidad, ya que cuentan con nosotros como expertos, actuar de manera ética en lugar de jugárnosla con el dinero de otros y después si te he visto no me acuerdo.

En estos tiempos en los que una inversión en comunicación -y en lo que sea- es tan importante para cualquier empresa de cualquier lugar del mundo, pensar en su beneficio es, en el fondo, pensar en el beneficio de todos.

XAVIER BERNEDA

Consejero delegado de Munich



“Ninguno de nuestros políticos pasaría una entrevista laboral en Munich”

Xavier Berneda, junto a su hermano David, han consolidado la marca de calzado deportivo y de moda Munich que creó su padre y cuyos orígenes, en 1939, se remontan a su abuelo, un zapatero de Sant Boi de Llobregat (Barcelona). En la actualidad, Munich compite codo a codo con las principales marcas internacionales

Por Maria Teresa Coca. Fotos: Luis Moreno

En el actual contexto, con una nueva oleada del coronavirus, es obligado entrar sin preámbulos en el impacto que ha tenido y puede representar la pandemia en el grupo Munich.

¿Cómo les ha afectado?

Fue una situación dura, pero mantuvimos la calma, trabajando con todos los directores de tienda, con un Erte para el 98% de la plantilla -menos el director financiero, el director

de operaciones, de logística- pero complementando las nóminas a muchísima gente, y adaptándonos a la situación de confinamiento porque además nuestro centro logístico está en la Conca d'Òdena que tuvo más restricciones. Mi hermano y yo seguimos con nuestro trabajo, en la medida de lo posible. Yo instalé mi despacho en el centro de logística, porque los empleados necesitan que su propietario trabaje.

¿Han recuperado la actividad?

Levantamos el Erte el 22 de septiembre y estamos al 100%, aunque hay áreas en las que hemos aplicado turnos para teletrabajar, incluso hemos contratado a cuatro personas. Ahora la plantilla es de unos 270 empleados. La adaptación de la plantilla ha sido excelente.

¿Cómo valora el teletrabajo?

La nueva ley del teletrabajo es demasiado restrictiva y eso puede complicar la tarea de los empresarios y, algunos, acabarán por no implantarlo. Puede ser, en ocasiones, un obstáculo más en la tarea empresarial. De hecho, en un cómic de superhéroes, los protagonistas deberían ser empresarios.

¿Descontento con la gestión de la pandemia que han hecho las administraciones?

Sin cuestionar ninguna de las medidas, ni la necesidad de nuevos y posibles confinamientos si la situación sanitaria lo requiere... lo

do la hoja de ruta. Saber a qué atenernos cuando lleguemos a un nivel concreto de la pandemia. Hay países, como Irlanda, con un cuadrante elaborado y publicado desde el mes de agosto, explicando que comporta cada nivel, del uno al cinco, y con las medidas que se implementan para actividades económicas y sociales... Los irlandeses saben qué pasa si no cumplen las medidas, porque conocen que el siguiente nivel será aún peor.

Crítico con los políticos...

Ninguno de nuestros políticos pasaría una entrevista laboral en Munich. Nuestra clase política tiene un nivel muy bajo, solo saben poner parche sobre parche. Hay que parar un momento, analizar qué nos vendrá... Llevamos seis meses sabiendo que nos vendría un rebrote de la pandemia y... ¿no han tenido tiempo de tomar decisiones? Porque eso es lo que parece. En Munich nos sentamos y ordenamos qué haríamos ante una segunda ola de la pandemia. Concretamos qué tipo

“Los protagonistas de los cómics de superhéroes deberían ser los empresarios”

“El problema en España es que no tenemos ni idea de qué decisiones contra el Covid-19 tomarán las administraciones en función de cómo actuemos los ciudadanos”



que necesitamos es saber dónde estamos y qué pasará. El problema que tenemos en España es que no tenemos ni idea de qué decisiones tomarán en función de cómo actúe la ciudadanía y de cómo evolucione la pandemia. Eso implica que nadie sea corresponsable de sus actuaciones personales. Seguramente si el Gobierno hubiese explicado a qué deberíamos atenernos si no respetábamos las medidas, por ejemplo sociales, nosotros mismos seríamos los mejores policías de balcón que haríamos advertencias a nuestros vecinos de que lo están haciendo mal.

¿Cómo empresario que demandaría?

Rechazo la inacción y la falta de comunicación de los gobiernos a la hora de tomar medidas, porque eso genera incertidumbre... nosotros no sabemos si podemos contratar a más personas, abrir más tiendas, si las cerradas reabrirán, etc., porque nadie me ha explica-

de colección lanzaríamos, si hacíamos productos *carry over*, o más atrevidos, pero con el riesgo de no poder fabricarlos porque no nos llegaría la materia prima. También cercioramos que teníamos demasiado stock y hacía falta potenciar el canal *online* y la venta *one to one* de relación con el consumidor final -hemos contratado una persona únicamente para esta tarea... porque supimos hacia dónde teníamos que apuntar. La diferencia con los políticos es que nosotros nos jugamos nuestro dinero y los políticos también se juegan el nuestro, no el suyo.

Con esta estrategia de empresa ¿subsanan el impacto económico del Covid-19?

A fecha de hoy, de abril a septiembre, estamos en números negros, a pesar de estar tres meses sin facturar y teniendo en cuenta que el alza del *online* ayuda -el año pasado estaba sobre los 250.000 euros al mes,

ahora estamos en más de 600.000- pero no supe la caída de las ventas en el canal *retail*. Además, en el *online* ha habido promociones y descuentos, con un ajuste del margen. Hemos ajustado los gastos que ahora mismo no tendrían sentido -campañas de marketing o convenciones y ferias- y rediseñado la hoja de ruta fijando un gasto sobre una facturación prevista, apurando los márgenes.

Con esta respuesta a la crisis, ¿cómo esperan cerrar el ejercicio fiscal a 31 de marzo?

En el último ejercicio, el *holding* del grupo Bern2Run -que engloba Berneda, Bernher y Munich- cerró con 44 millones y Berneda con 30,5 millones. Lo demás es incertidumbre porque depende de que podamos tener las tiendas abiertas. Calculamos que el *online* funcionará y compensará, en parte, la bajada de ventas *offline*, con lo que podríamos cerrar el ejercicio con un descenso del 10% para el conjunto del grupo. Pero nos queda todo el invierno por pasar y los cinco últimos

al 40% y el *wholesale* y *retail* propio al 60%, cuando venía representando un 70%.

¿Considera el 'e-commerce' una salvación?

En el contexto del Covid-19 nos ha ayudado mucho, pero no compensa la caída de las ventas en tienda. Además, la sociedad en general debería abrir un debate sobre el *e-commerce* y la sostenibilidad porque el consumidor tendrá que ser más responsable con su compra *online* y ser consciente de lo que está contaminando cuando adquiere una *cover* de un móvil en China, por dos euros y con portes pagados. No tiene sentido. Incluso deberemos modificar el reparto de última milla. No puede ser que cada empresa tenga su camioneta, habría que unificar el reparto de producto de varias compañías para una misma área de destino.

¿Es un problema logístico?

La logística tiene que dar un paso adelante, de la misma forma que lo estamos hacien-

“En el contexto actual, antes del verano, nos marcamos una hoja de ruta con nuevos objetivos de facturación y ajuste de márgenes”

“Dependerá de la pandemia y de tener una vacuna, pero preveemos un descenso del negocio del 10% para todo el grupo”



meses del ejercicio son los mejores para la compañía, gracias a las campañas de *Black Friday*, Navidad y rebajas. De noviembre a enero la compañía factura el 30% del total del año. Depende de muchas situaciones y contextos. De momento, por ejemplo, la filial italiana está creciendo un 10% en facturación. Y Andorra también cerrará en positivo. Pero hay muchos cambios en el consumo por el tema del Covid: hay tiendas pequeñas que han crecido en facturación, y otras de más volúmenes, están bajo mínimos.

¿Demasiada incertidumbre?

El futuro dependerá realmente de cómo evolucione la pandemia y de si acaba por aparecer una vacuna. Este año el consumo se mueve con otras prioridades y el *online* crecerá mucho. Clientes como Amazon, Tradeinn, nuestra propia web van muy rápidos. Acabaremos el ejercicio con el canal *online*

do las marcas. Ya no vendemos directamente a Amazon, sino que enviamos directamente el paquete al consumidor para ahorrar trayectos, *co2*, *pickings*, densidad de tráfico, etc., e incluso reducimos tiempo de entrega porque servimos desde las tiendas, que son pequeños centros de logística. Además, es una forma más de preservar el tejido comercial en cada población. Los ayuntamientos deberían plantearse más ayudas al comercio y rebajas de impuestos para mantener el tejido comercial en las ciudades que, además, les aporta seguridad ciudadana.

¿Qué les diría a aquellos que se sorprendan de que Munich esté a la par con marcas como Nike o Adidas? ¿Cuál es su secreto?

En muchos casos el objetivo de las familias empresarias o de los propietarios no es el posicionamiento de la marca sino ganar dinero. En otros casos, empresas con capital de

terceros se endeudan mucho para tener altas rentabilidades porque se han marcado unas obligaciones contractuales. En nuestro caso, el objetivo siempre ha sido otro: construir marca, no simplemente facturar, porque creemos que es la única manera de sobrevivir. Lo que hay que hacer es ir a buscar el rendimiento económico y el beneficio, y no simplemente facturar. Evidentemente que hay años que no se genera beneficio y hay años que tienes que posicionarte en sectores donde de entrada pierdes dinero, pero tienes que posicionarte. Siempre con paciencia, y con mucho aguante. Y, siempre, construyendo una estrecha relación con el cliente, elegimos el mejor escaparate en cada destino y nos ponemos al lado de los mejores. Si estas al lado de los mejores, ya eres uno de ellos, y puedes mejorar la posición de la marca. Las marcas se construyen siempre desde arriba, nunca desde abajo. Hay ejemplos como el de Seat, pero al final ha tenido que diseñar la marca Cupra para construir una

Viladecans, justo al lado de nuestra tienda de Munich.

¿El consumidor está dispuesto a pagar?

Duuo exporta el 35% de las ventas porque los centroeuropeos el tema de la sostenibilidad lo tienen más claro que las otras culturas. Se trata de una marca vegana, es todo producto reciclado, no usamos piel, el caucho es reciclado, los cordones son de hilo de algodón natural, la caja es de Kraft y no utiliza tinta líquida, etc. Con los recursos de la marca contribuimos a diversas ONG... es otro concepto. Si queremos la economía circular, hay un coste detrás porque es otro modelo de negocio y hay que pagarlo.

En la división de calzado de deporte, donde tiene sus orígenes la marca, entraron el año pasado en hockey hierba ¿satisfechos?

Está funcionando muy bien. Y también el pádel. Ahora estamos en tenis, fútbol sala, fútbol y balonmano, con mucha variedad y complementos. En algunos de estos seg-

“Las marcas se construyen siempre desde arriba, nunca desde abajo. Y si estás al lado de los mejores, ya eres uno de ellos”

“Apostamos por calzado de deportes en el que el prescriptor sea una persona con un círculo personal relevante”



marca de valor. A partir de ahí, Seat ganará valor y subirá dos o tres peldaños en el *ranking* de marcas.

Acaban de abrir la primera tienda de Duuo. ¿Están satisfechos con esta marca?

Duuo para nosotros es un *Innovation Lab*. El consumidor no acepta según qué cosas de sus marcas preferidas, por ejemplo, nadie entendería que Munich hiciera zapatos de tacón. Por eso, con Duuo podemos llevar a cabo otras ideas y diseños, porque no tenemos miedo escénico al error y al qué dirán, si perdemos valor de marca o desenfocamos el foco de cliente, no es una catástrofe. Con Duuo sólo facturamos un millón de euros, pero nos da súper valor y aprendemos y nos lo pasamos bien, los diseñadores aprenden muchísimo. La idea no es abrir muchas tiendas Duuo, pero nos ha surgido una oportunidad en un local en el *outlet* de

mentos, el consumidor es de nivel medio alto que encajan mucho con nuestro producto. Estamos en línea con otras marcas apostando por deportes en los que el prescriptor es una persona relevante en su círculo personal, eso no significa que seamos clasistas.

¿Quién le gustaría que fuera imagen de Munich?

El futbolista francés, delantero centro del Manchester, Éric Cantona; también actor en la serie *Recursos inhumanos*. Me parece un tipo muy inteligente, políticamente bastante incorrecto, super actor... y sus abuelos son catalanes, de Martorell y de Rubí.

¿Qué proyectos tiene encima de la mesa?

Varios. Me gustan los retos. Trabajamos en una nueva división de moda de calzado vulcanizado. Ya tenemos a seis trabajadores formándose en Arnedo (La Rioja).

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

Datos a 26 de octubre

Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

	VALOR DEL MERCADO (MILL. €)	ÚLTIMO PRECIO (€)	VARIACIÓN MES (%)	VOLUMEN MENSUAL*		INGRESOS (MILL. €)			BENEFICIO NETO (MILL. €)	
				OCTUBRE	30/06/2018	30/06/2019	VARIACIÓN (%)	30/06/2019		
Agile content	111,59	6,30	↑ 6,78	1.155.877	5,02	5,29	↑ 5,38	0,05		
Akiles	3,28	0,12	↓ -3,23	512.875	2,08	1,52	↓ -26,92	-13,91		
Eurona wirel	8,26	0,20	= 0,00	0	39,76	3,63	↓ -90,87	-6,08		
Griño	48,04	1,57	= 0,00	26.744	18,45	22,37	↑ 21,25	0,04		
Holaluz	150,23	7,30	↑ 7,67	1.435.735	-	-	-	-		
Home meal	31,32	1,90	= 0,00	0	7,47	-	-	-		
Inkemia	8,36	0,31	= 0,00	0	1,92	-	-	-		
Kompuestos	32,33	2,66	↓ -3,62	21.428	-	24,43	↑ -	-0,37		
Lleidanet	142,84	8,90	↑ 5,95	21.546.886	6,27	6,05	↓ 3,51	0,22		
Pangaea	27,01	1,60	↑ 7,38	1.551.526	1,63	1,56	↓ -4,29	-1,32		

(*) Acumulado. En euros. Variación mensual entre el 30 de septiembre de 2020 y el 26 de octubre de 2020. (**) Cuentas individuales. El resto, consolidadas.

(***) Hasta el 19-4-2018 Only Apartments. (.) Dato no disponible.

Fuente: Boletín del MAB.

elEconomista

Las catalanas del MAB rinden bien pese al avance de la pandemia

Cuatro subidas y dos caídas es el balance de las catalanas del MAB, con Griño manteniendo su cotización y tres empresas siguiendo sin cotizar por diversos motivos

Àlex Soler

La pandemia vuelve a copar titulares en octubre, alcanzando niveles récord de contagios y decesos a la altura de la primera oleada. Los grupos afectados vuelven a ser los colectivos de riesgo y la situación, de nuevo, es crítica. Entre medidas restrictivas y especulaciones de nuevos confinamientos, ya sean selectivos o totales, la actividad del MAB no se detiene.

Echando un vistazo rápido al gráfico se puede concluir que octubre no fue un mal mes para las compañías que tienen su cotización activa, ya que Inkemia, Home Meal y Eurona Wireless la mantienen suspendida por distintos motivos. En total, entre las catalanas hubo cuatro ascensos y dos descensos, mientras Griño terminó el mes con la misma cotización que cerró septiembre, 1,57 euros por acción

hasta los 48,04 millones de euros, con un volumen de operaciones realmente bajas en comparación con Lleida.net, de lejos la que presentó un mayor volumen mensual.

Entre las subidas destacan, precisamente, la de Lleida.net, que acabó octubre con un precio por acción de 8,90 euros, un 5,95% más, hasta un valor total de 142,84 millones. No fue suficiente para superar el valor total de la energética verde Holaluz, que sigue siendo la más valiosa tras subir un 7,57% hasta un valor total de 150,23 millones de euros. Agile Content, colocando sus acciones en los 6,30 euros, un 6,78% más, y Pangaea, ascendiendo hasta los 1,60 euros por título, un 7,38% más, fueron las otras dos compañías en verde. En las antípodas, Akiles Corporation cerró octubre con un valor nominal de 12 céntimos, un 3,23% menos, quedando su valor total en los 3,28 millones de euros, mientras que Kompuestos se dejó un 3,52% hasta los 2,66 euros por acción, quedando su valor total en los 32,33 millones de euros.

Precisamente Kompuestos fue una de las compañías que, a fecha de la redacción de este artículo, han presentado sus cuentas referentes al primer semestre. La compañía catalana ingresó 22,4 millones de euros, un 8,2% menos respecto al mismo período de 2019. Su ebitda cedió un 44,5% por culpa de la pandemia, pero su margen bruto de explotación se mantuvo en el 29,7%. Lleida.net también presentó cifras, confirmando unas ventas de 11,73 millones de euros durante los primeros nueve meses del año, un 24% más respecto al año pasado.

Energía renovable

Holaluz, líder en sostenibilidad entre las compañías energéticas



La energética verde Holaluz lidera el ranking 'ESG Risk Rating', que mide la sostenibilidad de las empresas según su rendimiento ambiental, social y de gobierno corporativo. Este ranking, elaborado por Sustainalytics, forma parte de un informe que analiza 189 empresas de todo el mundo para valorar su impacto global positivo. El índice ESG Risk Rating es una de las principales referencias en el mercado de capitales. Evalúa los riesgos que afectan a la compañía por su naturaleza, teniendo en cuenta el sector, su actividad, su exposición pública y los riesgos derivados de su gestión, entre otros. Esto supone un análisis de más de 450 datos que dan como resultado un nivel de riesgo que los inver-

sores de todo el mundo toman como variable para invertir o no en una compañía.

Sustainalytics reconoce el liderazgo de Holaluz en su misión de virar hacia una energía renovable respetuosa con el medioambiente. Asimismo, la sitúa entre el 2% de empresas con mejor valoración de un total de 13.028, la segunda a nivel mundial en la categoría de *Utilities*. Además, incluye a Holaluz en la categoría de "bajo riesgo" con una puntuación de 12, considerando las compañías en esta categoría si sus puntuaciones oscilan entre los 20 puntos y los 10 puntos. Holaluz cerró el primer semestre con unas ventas de 122,9 millones de euros.

Resultados anuales

Inkemia cerró 2019 con 3,3 millones de euros de beneficio



Buenas noticias para Inkemia, que presentó unas ganancias de 3,3 millones de euros relativas al ejercicio 2019. Con esta cifra, la compañía catalana, que cotiza en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), sale de los números rojos con los que cerró el año anterior, 2018, cuando presentó 24,3 millones de euros de pérdidas. No obstante, la compañía está en pleno proceso de reestructuración. Gran parte del beneficio se desprende de la venta de participaciones de su perímetro. Estas cuentas son las primeras auditadas en dos años, aunque en junio la compañía ya avanzó los resultados que ahora se han hecho públicos.

El negocio recurrente sufrió un retroceso por el concurso de acreedores de la principal filial del grupo, el Institut Universitari de Ciència i Tecnologia, IUCT. Los ingresos descendieron un 68% hasta los 1,7 millones, pero su resultado de explotación mejoró respecto al año anterior hasta los 420.000 euros positivos, dejando atrás un 2018 negro con 6,9 millones de euros en pérdidas. IUCT se encuentra en situación de concurso de acreedores, con un pasivo de 21 millones de euros. Desde julio del año pasado Inkemia no comunica novedades sobre el proceso al antiguo MAB. La compañía catalana anunció la entrada de Crescent Hill como inversor de IUCT.

Cliente de enjundia

La filial de TPV de Banco Santander contrata a Lleida.net



La catalana Lleida.net anunció en octubre que Santander España Merchant Services, la filial del Banco Santander enfocada a la gestión de terminales TPV, contrató los servicios de certificación y contratación electrónica de Lleida.net. A partir de ahora, la tecnológica catalana ofrecerá a la filial del banco español parte de su cartera de servicios, que facilitará la contratación electrónica de los clientes de la entidad. El acuerdo fue anunciado por la compañía catalana en la Bolsa de Madrid y en Euronext, donde cotiza. La emergencia sanitaria provocada a consecuencia de la pandemia del Covid-19 ha disparado el uso de plataformas de pago. Por

primera vez este año, la compra en línea ha superado el pago en efectivo en España.

Esta modificación de los patrones de comportamiento de los usuarios ha convertido gran parte de los servicios de Lleida.net en imprescindibles para ayudar a las empresas financieras a crecer en su operación. "Haber sido contratados por Santander España Merchant Services es una señal más de que Lleida.net se ha consolidado como un proveedor imprescindible en la nueva industria del bajo contacto", explicó Sisco Sapena, director general de Lleida.net en el comunicado del anuncio.



Joan Ramon Barrera
Área de sector público de Seidor

Digitalización: nueva oportunidad para la asistencia primaria

Gracias a los fondos aprobados por la Unión Europea para superar el impacto del Covid-19, el Gobierno Central ha anunciado que destinará 12.000 millones de euros a reforzar la sanidad pública, la ciencia y la innovación. El acceso universal a la asistencia sanitaria es un derecho fundamental en nuestro país y, en consecuencia, las actuaciones públicas se orientan a la defensa acérrima de este pilar esencial de protección social.

El Covid-19 ha puesto en jaque el sistema sanitario y ha evidenciado la necesidad de reforzarlo. En particular, los esfuerzos deben orientarse a la asistencia primaria, ya que constituye el primer punto de contacto de la ciudadanía con el sistema de salud. En la asistencia primaria, la actuación de los profesionales se orienta principalmente a medicina preventiva y promoción de la salud. Ahora, además de las atribuciones mencionadas, parece que la asistencia primaria también asumirá la atención permanente de las residencias para gente mayor y la asistencia domiciliaría. La sociedad se encuentra inmersa en un cambio demográfico sostenido, con un paciente que avanza hacia una mayor cronicidad, pluripatología o aumento de la esperanza de vida. La asistencia primaria se convierte en esencial para atender estas nuevas necesidades del sistema sanitario y del propio paciente. En consecuencia, la anunciada dotación de fondos europeos pueden ser una oportunidad para actualizar nuestra salud pública el nuevo envite que la pandemia representa. A la espera de que se concreten las partidas a las cuales se destinarán los fondos, no cabe duda de que la digitalización seguirá siendo uno de los pilares del refuerzo del sistema sanitario y, en consecuencia, una de las principales receptoras de fondos.

Hay que recordar que la transformación digital no es ni un proceso reciente ni tampoco una solución exclusivamente motivada por las estrecheces presupuestarias de los últimos años. Al contrario, desde una perspectiva de incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y de digitalización del sistema, durante los últimos 30 años, la digitalización ha seguido un crecimiento exponencial.

La digitalización arrancó con procesos de carácter eminentemente estructural, como la digitalización de las consultas. Posteriormente, la ciudadanía ha



sido testigo de esta digitalización con tres avances de gran calado: la tarjeta sanitaria individual, la historia clínica compartida del paciente y, en última instancia, la receta electrónica. Se trata de tres impactos tangibles que prueban el progreso digital del sistema sanitario de nuestro país. Además de las indudables ventajas de los mencionados avances para profesionales de la salud y pacientes, figuran otras muchas muy llamativas asociadas a la automatización de múltiples actividades y procedimientos- como el control de la tensión arterial, la glucemia o la coagulación, entre otros-, los cuales han encontrado métodos tecnológicos efectivos y generalizables. A pesar de todos estos avances, la necesidad de garantizar la sostenibilidad del conjunto del sistema socio-sanitario ha comportado un sesgo importante de la digitalización en favor de los ámbitos de la gestión sanitaria.

En este sentido, existe un alto consenso sobre el papel que los profesionales deben tener en la evolución de las TIC y de la introducción de mejoras, como evitar que los profesionales continúen como meros receptores de una tecnología que determina su trabajo diario y condiciona la información necesaria para la toma de sus decisiones clínicas. Digitalización y desarrollo tecnológico se han erigido en sostén indispensable del sistema sanitario y, en cierta medida, el factor

tecnológico ha actuado como catalizador de la modernización de estructuras obsoletas. Desde la perspectiva de la gestión, las aportaciones y ventajas de la digitalización son innumerables y la han convertido en pieza angular de la modernización, eficacia y sostenibilidad del sistema. La transformación digital ha favorecido soluciones para aumentar la eficiencia de los procesos del sistema y la eliminación de procesos de escaso valor añadido.



■

Digitalización y desarrollo tecnológico se han erigido en sostén indispensable del sistema sanitario catalán

■

Es evidente, por lo tanto, que el desarrollo de la sanidad electrónica ha tenido un impacto positivo que ha contribuido a hacer compatible una asistencia pública universal de calidad y la viabilidad económica de la misma. Cabe señalar, por ejemplo, el caso de Cataluña, donde, en marzo de este 2020, La Meva Salut triplicó el ritmo de personas dadas de alta y superó el medio millón de accesos en un solo mes. La transformación digital aparece como una vía para reforzar la capacidad de esta primera línea asistencial. Es más, los profesionales médicos y de enfermería de la asistencia primaria aparecen como los más necesitados de nuevas y mejores herramientas. De esta forma, se lograría una integración efectiva de la tecnología en

la relación profesional-paciente.

Los profesionales de la asistencia primaria deben pasar a ser agentes activos, y no meros receptores, de forma que su perspectiva debe ser valorada por las administraciones públicas, los informáticos y los gestores para desarrollar un sistema capaz de introducir la innovación y ofrecer a los ciudadanos servicios acorde con sus expectativas. Así, la innovación contribuirá a reforzar la capacidad de la asistencia primaria.

Los fondos europeos son, por tanto, una oportunidad para incluir a los profesionales de la primera línea sanitaria en el proceso de transformación digital. Los profesionales médicos y de enfermería, pasarían a tener un rol activo en el proceso de digitalización. En este sentido, que una mayoría de profesionales de la asistencia primaria no hayan participado en la transformación digital desde sus inicios y la falta de una formación suficiente en el ámbito de las tecnologías digitales podría explicar, en cierta medida, la pasividad y posibles situaciones de resistencia al cambio en la primera línea asistencial. La pandemia, paradójicamente, puede ser el acicate para que la modernización de nuestro sistema sanitario de un nuevo salto hacia adelante. Si los profesionales de la asistencia primaria, usuarios finales de los avances tecnológicos, pasan a ser un componente activo en la transformación digital, una vez más habrá sido cierta la máxima de que, con cada crisis, hay una nueva oportunidad. Aprovechémosla.

16

El Govern opta por adaptar el proyecto BCN World

El conseller de Territorio y Sostenibilidad, Damià Calvet, aseguró que se adecuará el proyecto a los nuevos requerimientos de justicia.



20

Caixa d'Enginyers crece un 12% el primer semestre

El grupo Caixa d'Enginyers anunció que alcanzó los 7.530 millones de euros al cierre del primer semestre, un 12% más respecto a 2019.

21

Canadell pide el adelanto de los 20 millones de la tasa turística

El presidente de la Cámara de Comercio de Barcelona, Joan Canadell, pidió a Ada Colau que destine el dinero a una campaña de promoción internacional.

21

Economistas y médicos piden más autonomía de gestión

Economistas y médicos expertos en salud se mostraron partidarios de aumentar la autonomía de gestión de las instituciones sanitarias.

16

El TSJC avala las restricciones y el cierre de los bares en Catalunya por el Covid-19

Cerrados y con aval jurídico para la medida. Así quedan los bares y restaurantes de Catalunya que no puedan ofrecer comida para llevar como medida antiCovid-19.

22

La ANC insta a redirigir los impuestos a la Generalitat

La entidad independentista lanzó una campaña para promover el pago de los impuestos a la Hacienda catalana para quitarle poder a la española.

24

Faurecia plantea 160 despidos en Martorell

Faurecia plantea despedir más de la mitad de su plantilla en la planta catalana al no adjudicarsele la producción del salpicadero y la pintura del nuevo Seat León.



La actividad cultural y congresual de Catalunya vuelve a caer

El pasado mes de agosto se canceló definitivamente la Zurich Maratón de Barcelona de 2020 por culpa de la pandemia. Ya entonces, cuando la situación era mucho mejor que ahora, los organizadores de la prueba deportiva más popular de la ciudad previeron que la situación no iba a ser buena y que las condiciones en noviembre, cuando se debía celebrar tras un primer retraso, no iban a ser las adecuadas. Finalmente, no es atrevido afirmar que la segunda ola del coronavirus está aquí y ha llegado para complicarlo todo cuando la actividad había conseguido acostumbrarse a la *nueva normalidad* impuesta por su facilidad de propagación.

El resultado es un calendario de eventos que se ha visto despojado de muchas de las actividades que se iban a celebrar este mes. El primer gran evento que se canceló, que debía organizarse entre el 30 de octubre y el 1 de noviembre, fue el Manga Barcelona, uno de los salones más importantes del calendario ferial anual, y poco a poco se han ido cayendo la mayoría de actividades hasta dejar a Fira de Barcelona con un solo congreso este mes, el Smart City Live, que se celebrará de forma 100% virtual. La Noche de los Museos o la Semana del Turismo Industrial de Catalunya aguantan pese a todo.

LO IMPRESCINDIBLE EN EL MES DE NOVIEMBRE

Primera semana de noviembre

Semana del Turismo Industrial en Catalunya Un año más, la Red de Turismo Industrial de Catalunya, XATIC, organiza la Semana del Turismo Industrial con museos, antiguas fábricas, minas, colonias textiles y centros de interpretación programando actividades para que los visitantes e interesados puedan descubrir de primera mano cómo se ha trabajado históricamente y cómo se está trabajando en la actualidad.

14 de noviembre

La Nit dels Museus Trasladado a noviembre desde su fecha inicial en mayo, la Noche de los Museos ofrecerá la visita gratis a 69 teatros y exposiciones de Barcelona y cercanías desde media tarde del 14

de noviembre hasta las 23.00 de la noche. A fecha de la redacción de esta página todavía no hay toque de queda, que podría variar la programación de uno de los eventos más esperados por los apasionados del arte y la cultura.

17 de noviembre

Smart City Live 2020 El congreso dedicado a las ciudades inteligentes, nuevas tecnologías y movilidad del futuro abandona el formato físico para apostar por uno totalmente virtual adaptado a las restricciones por el Covid-19. Prometen contenido abundante, incluidas entrevistas, debates y demás historias centradas en el desarrollo urbano, la movilidad, el consumo y los servicios. El congreso, celebrado tradicionalmente en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, se adapta así a la 'nueva normalidad' impuesta por el virus.

Higiene para mascotas

Kamouflage apuesta por Francia para iniciar su expansión



Kamouflage, una compañía de cosmética natural para perros, ha decidido dar el salto al mercado francés y lanzar sus productos en el país vecino de la mano de Tibiboo, una aplicación dedicada al cuidado de mascotas que, mediante la plataforma, conecta a personas que tienen perros con otros usuarios para que puedan pasear la mascota de aquellos dueños. Ambas firman unen fuerzas con un objetivo común: mejorar la calidad de vida de los perros. "Francia es un país donde existe mucha más preocupación por la salud de las mascotas, siendo el segundo mercado de animales de compañía más grande de Europa. Es por ello por lo que, aunque nuestro modelo se adapta bien a todos los países,

hemos decidido apostar primero por Francia para expandir nuestros productos", explica Pol Sendil, responsable comercial de Kamouflage, que señala que "durante todo el proceso hemos contado con la ayuda de Tibiboo, una herramienta para el paseo de mascotas ya implantada y con un gran número de usuarios". Entre las iniciativas que ha llevado a cabo la empresa barcelonesa para darse a conocer está la asistencia al Salón Animal Expo 2020, la exposición más grande de Francia dedicada al mundo de las mascotas que atrae cada año a más de 30.000 visitantes. En el evento se reúnen especialistas del mundo animal a los cuales el público puede pedir consejos y descubrir nuevas tendencias.

Sector de la salud

Miura cierra un acuerdo de inversión en Terrats Medical



Miura Private Equity, firma de inversión, cerró en octubre un acuerdo de inversión en Terrats Medical, una de las principales compañías globales de soluciones protésicas e implantología dental que opera bajo la marca DESS Dental Smart Solutions. La firma acompañará al equipo directivo de la compañía en sus planes de consolidación y crecimiento internacional. Terrats Medical es una empresa familiar de más de 70 años con sede en Barberà del Vallés, en Barcelona, especializada en el diseño y producción de aditamentos e implantes dentales de última generación. La compañía, liderada por la tercera generación de la familia, tiene una fuerte implan-

tación en mercados internacionales, especialmente Estados Unidos, Alemania, Francia, los países nórdicos y Asia, gracias a sus alianzas con distribuidores de material médico, clínicos y laboratorios dentales. Actualmente está presente en más de 35 países y su nivel de exportación supera el 90% de su negocio. La compañía usa tecnología puntera para producir piezas en implantología dental de alta calidad: aditamentos para implantes, implantes dentales y aditamentos customizados. Adicionalmente, Terrats Medical ofrece servicios de producción OEM y servicios y productos a medida de marca privada para otros operadores.

Sostenibilidad

Nestlé utiliza los posos de café para producir energía



Nestlé ha puesto en funcionamiento una nueva caldera de valoración de posos de café en su fábrica de Girona, dedicada a la elaboración de café soluble y bebidas en cápsulas monodosis. La caldera, que ha supuesto una inversión de 17,2 millones de euros, utiliza el poso resultante de la elaboración de café soluble para la obtención de vapor. El poso del café es un producto 100% vegetal que se obtiene durante la fabricación de café soluble. Por su elevado poder calorífico, este es un biocombustible adecuado para la generación de energía en forma de vapor. La fábrica de Girona produce al año unas 45.000 toneladas de posos de café y se prevé que

el 80% del mismo se utilice para la generación de vapor mediante la nueva caldera. Esto generará 125.000 toneladas de vapor al año, lo que supone una reducción del 25% del consumo de gas natural en la fábrica. Además, esta nueva instalación complementa otros procesos de generación de energía eficiente ya existentes en la fábrica de Nestlé en Girona, como es la cogeneración con turbinas de gas con la que se produce electricidad y, posteriormente, vapor gracias a una caldera de recuperación que aprovecha la energía térmica contenida en los gases calientes. La caldera es fruto del compromiso de sostenibilidad de Nestlé.

Industria química

Las fábricas de Ercros, galardonadas por su seguridad laboral

Las fábricas de Ercros en Aranjuez, Cerdanyola, Flix, Sabiánigo y Tortosa fueron galardonadas con el premio Seguridad Feique 2019 otorgado por la Federación Empresarial de la Industria Química Española (Feique). Este galardón reconoce a los centros de producción de la industria química de más de 50 trabajadores que durante el año no han registrado accidentes con baja y sin baja entre el personal propio. En 2019, el índice de frecuencia general de acci-

denes, que mide los accidentes con y sin baja por cada millón de horas trabajadas, de Ercros fue de 2,5, cifra muy inferior a la media de las empresas asociadas a Feique en ese período. Según Ercros, estos resultados son fruto de la implicación de todas las personas que trabajan en la compañía y la campaña anual de seguridad de 2019, que puso el acento en la importancia de la coordinación entre todas las empresas que trabajan en las fábricas.

Movilidad eléctrica

Endesa X y MEC Carsharing se unen por la movilidad eléctrica

Endesa X y MEC Electric Carsharing, empresa especializada en el alquiler flexible de coches eléctricos en Barcelona, alcanzaron un acuerdo para facilitar los viajes sostenibles en coche eléctrico. Así, las personas que alquilen un coche en MEC Carsharing podrán salir del parking tranquilos, sabiendo que podrán recargar el vehículo eléctrico en los puntos de carga rápida o semirápida que Endesa X tiene distribuidos por todo el territorio catalán. Además,

lo podrán hacer de un modo sencillo y digital. En este sentido, los vehículos de MEC Carsharing cuentan con unas tarjetas RFID de Endesa X vinculadas a la empresa de alquiler, de modo que solo será necesario acercar una tarjeta a la pantalla de un punto de carga para que éste se active y permita conectar el vehículo. Para localizar los puntos de carga de Endesa X más cercanos, los conductores dispondrán de la aplicación JuicePass.

Plan de recuperación

Barcelona impulsa una línea de créditos de 12 millones para autónomos

El Instituto Catalán de las Finanzas (ICF), Avalis de Catalunya y el Ayuntamiento de Barcelona, a través de Barcelona Activa, lanzan una línea de financiación, llamada B-Crédits, de 12 millones de euros para el tejido económico de la ciudad con el objetivo de cubrir la carencia de liquidez puntual derivada de la emergencia del Covid-19. Mediante un convenio entre los tres organismos, estos préstamos irán destinados preferentemente a los sectores del comer-

cio, la restauración, el turismo, las industrias creativas, las curas, la educación y deporte, y a mujeres trabajadoras autónomas y empresarias que hayan sufrido los efectos de la crisis del Covid-19. El objetivo principal de estos microcréditos es contribuir a la reactivación empresarial. Esta línea de créditos se podrá solicitar en la Oficina de Atención a las Empresas de Barcelona Activa y forma parte del plan de reactivación económica del CECORE.

Crisis del Covid-19

La Caixa destina 3,5 millones de euros a la inserción sociolaboral

La Fundación La Caixa incrementó este año hasta los 3,5 millones de euros la inversión en iniciativas que fomentan la inserción sociolaboral de jóvenes y personas en riesgo de exclusión y especialmente vulnerables ante las consecuencias de la actual crisis sanitaria. Esta aportación se canalizará a través del apoyo a 135 proyectos que han sido seleccionados en la convocatoria de Inserción Sociolaboral del Programa de Ayudas a Proyectos de Iniciativas

Sociales 2020 que tendrá como beneficiarias directas a cerca de 15.000 personas en riesgo de exclusión. Esta convocatoria es la primera del Programa de Iniciativas Sociales 2020 que se abrió en plena situación de estado de alarma, cosa que permitió ampliar las bases para incluir en los objetivos aquellos proyectos que abordan los nuevos retos derivados de la crisis del Covid-19 y que potencian el acompañamiento a los colectivos más afectados.

Picker afianza su propuesta con una ronda de 1,3 millones

Eric Gabarró, consejero delegado y cofundador de Picker, expone los puntos fuertes de esta aplicación, en la que los usuarios recomiendan sus productos favoritos

Àlex Soler. Fotos: eE

Parece difícil innovar en estos días en los que la frase más pronunciada por procrastinadores y faltos de ideas es que “ya está todo inventado”. Sin embargo, de vez en cuando nacen nuevos proyectos con una idea fresca y original que aparecen para ofrecer un novedoso servicio a sus usuarios. De hecho, esta es la base de las ideas que terminan funcionando: descubrir un modo de satisfacer las necesidades de la gente con un producto intuitivo, sencillo y eficaz. Así es Picker, una aplicación en el que sus usuarios recomiendan productos a otros usuarios y desde la cual se puede acceder a un gran número de *marketplaces* donde adquirirlos. Así de sencillo: alguien tiene una cosa, ya sea un libro, un móvil, un videojuego, unas determinadas zapatillas o un producto cosmético, y lo recomienda en la aplicación para el que quiera que lo com-



Eric Gabarró, fundador de Picker.

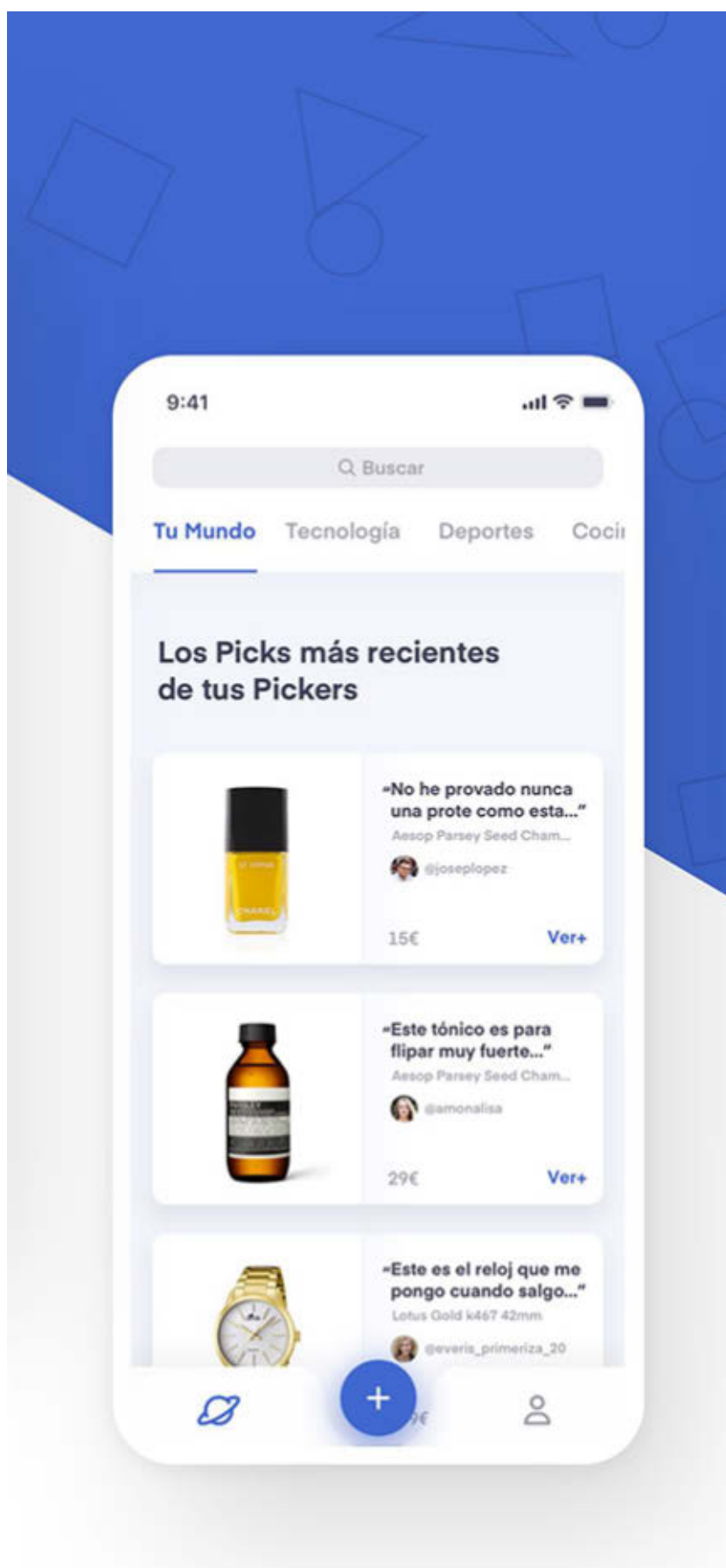
pre. "Es un *marketplace* donde descubrir productos recomendados de gente como tú", define Enric Gabarró, cofundador y consejero delegado de Picker, que explica que la idea nació cuando vivía en Berlín y se le rompió el lavavajillas. "Me compre tres en seis meses y más tarde una amiga me recomendó uno que le funciona bien desde hace 15 años. Allí surgió la idea al pensar que igual me hubiera venido bien la recomendación", dice. Gabarró trabajaba entonces en una agencia con *influencers* de la talla del Rubius o Auronplay, *youtubers* de mucho renombre en España. "Vi que hablaban mucho de sus productos preferidos y en 2018 empezamos a montar Picker con mi socio viendo el potencial que tenía que todos pudieran recomendar", añade.

Picker empezó promocionándose con tres *influencers*, uno de tecnología, otro de maquillaje y otro de *fitness* y poco a poco fue creciendo a medida que otras personalidades y miles de usuarios querían recomendar sus productos preferidos. "La gente utiliza Picker para descubrir productos de gente de la que se fían", concreta Gabarró, que añade que "creemos que hay un problema ahora y es que los *marketplaces* están sobresaturados. Queremos empoderar buenos productos, que una amiga nos recomiende un lavavajillas y que si compramos unos

Tres lavadoras gestaron la aplicación que podría revolucionar el 'e-commerce'

auriculares sepamos que van bien. Queremos cambiar la forma de comprar buenos productos".

Picker, que gana dinero mediante la comisión que reciben cuando sus usuarios compran en sus *partners*, entre los que se encuentran Amazon, Fnac, Disney, Nike, Platanomelón, Asos o PC Componentes, entre muchos otros, ha cerrado una ronda de 1,3 millones de euros que le permitirá, según explica su cofundador, "afianzar el producto y demostrar que hay un negocio muy importante, así como testar nuevos mercados". Activa en países como Alemania o Suiza, además de en España, y pendiente de cerrar 2020 con más de dos millones de euros de ventas generadas con sus *partners*, Picker da trabajo a 14 personas y ha sobrevivido al coronavirus del mejor modo posible. "Hemos incrementado ventas y usuarios porque la gente no puede ir a las tiendas y quieren saber qué productos son buenos", admite Gabarró. Lo peor del Covid-19, para la empresa, fue encontrar inversores para la ronda. "Los números subían, pero los inversores tenían miedo y no sabían que hacer", recuerda Gabarró. "Aun así, como los números iban tan bien encontramos *partners* que nos apoyaron, por lo que estamos agradecidos porque no conseguimos cerrar la ronda", cierra.



Picker cuenta con un gran número de 'partners'.

Tecnología cosmética

Vytrus Biotech, premiada al Mejor Ingrediente del Mundo 2020



Vytrus Biotech, la compañía especializada en ingredientes activos derivados de células madre vegetales para el sector cosmético, es doble ganadora del premio al ingrediente cosmético más innovador del mundo en la categoría *Best Ingredient Award 2020*. Este galardón reconoce el alto nivel de innovación en materias primas dentro de la industria cosmética a nivel mundial. Los ingredientes ganadores del premio son Kannabia Sense y Deobiome Noni. Los dos son naturales y abordan el campo de la microbiota desde distintos enfoques. Ambos han estado altamente reconocidos por la industria cosmética gracias a sus innovadores mecanismos de acción, la necesidad de mercado que afrontan y toda la cien-

cia cosmética detrás de su desarrollo. Kannabia Sense es un ingrediente elaborado a partir de células madre del Cannabis, que estimula la producción de oxitocina a través de la piel, activando los centros de placer del cerebro. Deobiome Noni es un ingrediente desodorante biológico procedente de células madre vegetales que reduce significativamente el mal olor corporal y respeta de un modo sostenible la microbiota de la piel.

Vytrus Biotech basa su actividad en la tecnología de cultivo de células madre vegetales para el desarrollo, producción y comercialización de ingredientes activos con un alto valor añadido.

Trabajo en remoto

Faraonics presenta dos soluciones para un teletrabajo seguro



El número de trabajadores remotos se ha quintuplicado en los países desarrollados durante el confinamiento. Este dato incluso podría ser superior en España, al contar únicamente con un 4,3% de índice de teletrabajo antes de la pandemia, según Eurostat. Sin duda la crisis sanitaria ha hecho que la modalidad del trabajo a distancia se vaya imponiendo hasta incluso llegar a la ley recientemente aprobada. El marco que se dibuja para las empresas es el de una serie de retos tecnológicos que tienen que afrontar con el fin de establecer de un modo óptimo el teletrabajo. Qualiteasy Internet Solutions, distribuidora en exclusiva de los productos Faraonics

para España, presentó en octubre las herramientas necesarias para hacer frente a esos retos con el fin de poder desarrollar de forma segura y eficiente el trabajo desde casa a través de la consola Deep Freeze Cloud y Faraonics Deploy en la nube. Entre los principales retos técnicos con los que se enfrentan las empresas está el de poder realizar conexiones remotas de forma segura y efectiva, acción que las dos soluciones de Faraonics permiten desde fuera de la red local con tan solo dos clics, permitiendo compartir la pantalla y poder solucionar los problemas desde sus ordenadores clientes con una fluidez muy buena.

Comercio electrónico

Caroll opta por Openbravo para optimizar su negocio



Openbravo, la plataforma omnicanal basada en la nube para un comercio ágil e innovador, anunció la firma de un nuevo contrato con Caroll International, el minorista francés de moda con presencia en España y otros países. Caroll está desplegando de forma rápida el sistema de gestión de pedidos de Openbravo para ofrecerle una gestión omnicanal completa y permitir que los pedidos puedan ser completados y entregados desde sus tiendas. El minorista de moda Caroll, con 473 tiendas en nueve países y unas ventas *online* creciendo rápidamente, busca un sistema de gestión de pedidos omnicanal que ayudará en la transformación de sus tiendas físi-

cas, impulsará su agilidad operacional e integrará de mejor forma sus operaciones *e-commerce*.

Caroll se enfrentaba a tres retos específicos. La compañía quería reducir el número de pedidos *online* rechazados al quedar su almacén sin inventario, aun cuando dichos artículos estaban disponibles en las tiendas. Necesitaba una solución que pudiera hacer que el inventario de tienda estuviera disponible para servir estos pedidos y también quería reducir el número de puntos de recogida para optimizar el número de paquetes para sus clientes y reducir con ello el coste de cada pedido.

Ortodoncia invisible

Impress cierra una ronda de financiación de cinco millones de euros

Impress, la compañía ofrece una nueva generación de ortodoncia invisible con sede en Barcelona, anuncia hoy el cierre de una ronda *seed* de cinco millones de euros formada por diferentes fondos de inversión: TA Ventures, Bynd VC y Sabadell VC, además de contar con la participación de diferentes *Business Angels* europeos. Con esta ronda, Impress quiere seguir expandiendo su modelo innovador directo al consumidor y no al personal médico y demo-

cratizar el mercado europeo de la ortodoncia invisible. La *startup* empezó sus operaciones con alineadores transparentes a mediados de 2019 desde su clínica dental en Barcelona. Fundada por el Dr. Khalid Kasem y los emprendedores Diliara y Vladimir Lupenko, la compañía tiene como objetivo ofrecer una nueva generación de ortodoncia invisible mucho más accesible gracias al equipo propio de expertos ortodoncistas.

Tecnología de RRHH

Factorial amplía su plantilla con 65 nuevos trabajadores en un año

Factorial, empresa de *software* y servicios especializada en solucionar los problemas de Recursos Humanos de las pymes, en plena crisis por el coronavirus ha decidido ampliar su plantilla contratando a 65 nuevos empleados que se unen a los 39 que ya tenía la empresa el año pasado, siendo 104 la cifra total de trabajadores. Estas nuevas contrataciones tienen como objetivo atender la creciente demanda de empresas que, ahora por el actual con-

texto, necesitan más que nunca digitalizarse y optimizar la gestión de RRHH. Según explican desde la compañía, el proceso de reclutamiento de los nuevos trabajadores se inició a principios de año debido a que los equipos ya estaban creciendo de forma exponencial antes de la crisis. Factorial ha decidido abrirse a nuevos sectores como la restauración, industria y construcción en los que ya comienza a estar operativo.

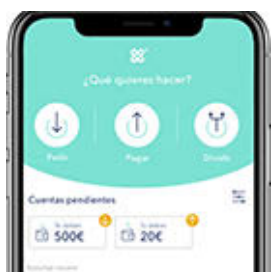
Eventos virtuales

Copernic abre una nueva era en el 'networking' 3.0

Copernic Technologies nació hace dos años como un gestor de proyectos *online* de ingeniería. Con el tiempo, la idea de sus fundadores ha ido evolucionando hasta acabar por tomar una nueva forma: una plataforma de creación de comunidades y eventos virtuales. La fase final de esta metamorfosis coincidió con la declaración de la pandemia del Covid-19, lo que ha acelerado su expansión y penetración en el mercado. "El coronavirus ha puesto a

prueba la solidez de nuestro proyecto, ya que las empresas necesitan más que nunca herramientas que les permitan avanzar en la digitalización del negocio y hacia una empresa más virtual que presencial". De hecho, acaba de recibir un premio de BizBarcelona, salón de referencia para emprendedores, *startups* y pymes, que reconoce la capacidad de la compañía catalana para reinventarse y mantener la actividad durante la pandemia.

Banca digital

Bnc10 cierra una ronda de más de 600.000 euros

Bnc10, la *fintech* nacida en Barcelona, cerró en octubre una ronda de inversión de más de 600.000 euros a través de Crowdcube, la principal plataforma de *equity crowdfunding* que opera en España. Creada en 2018, Bnc10 se presenta como la primera alternativa digital a la banca tradicional con una alta vocación internacional y un claro compromiso social. Según Albert Llorens, consejero delegado de Bnc10, esta ampliación de capital permitirá a la empresa

hacer frente a sus próximos retos: seguir creciendo no solo en España, sino también en Europa, iniciar la solicitud de su propia licencia de dinero electrónico (EMI) y especialmente seguir desarrollando nuevos productos para que los usuarios puedan gestionar su dinero de forma fácil y transparente. Bnc10 ofrece sin coste alguno, ni comisiones, una cuenta corriente con IBAN español, una tarjeta pre-pago Mastercard y una operativa digital.



Ignasi Herms

Jefe del Área de Recursos Geológicos
Instituto Cartográfico y Geológico de Cataluña

La energía geotérmica profunda en el proceso de la transición energética

La urgencia de alcanzar lo antes posible la descarbonización total de la energía mediante energías renovables es uno de los mayores desafíos a los que se enfrenta Europa en la actualidad. La apuesta por estas energías no está tan solo favoreciendo la innovación y el desarrollo, sino que también facilita la creación de nuevas oportunidades de empleo y negocio. De hecho, tanto el Consejo Europeo como el Parlamento Europeo reconocen abiertamente el rol estratégico de la energía geotérmica en la transición energética europea, tanto la de tipo superficial como la de origen profundo.

La energía geotérmica es un recurso geológico y al mismo tiempo una fuente de energía renovable y autóctona. A diferencia de otras no depende de la disponibilidad de sol o de viento y por tanto tiene un factor de uso muy superior. La geotermia superficial (<30°C) aprovecha la inercia térmica del terreno para generar frío, calor y/o agua caliente sanitaria. Especialmente se aprovecha en el sector de la edificación, pero también en la industria. Por otro lado, la geotermia profunda es una energía que aprovecha el uso directo del calor contenido en las formaciones geológicas situadas a diferentes profundidades.

La geotermia profunda como recurso energético mantiene una línea de inversión y de crecimiento muy importante con muchos actores involucrados en buena parte de Europa. La transición energética ha favorecido que se esté produciendo desde hace unos años un *boom* en proyectos, especialmente en la construcción de nuevas redes de distrito o reconversión de antiguas instalaciones alimentadas hasta ahora con fuel o gas, en la industria de la alimentación, y también en la generación eléctrica. Francia, Alemania, Hungría, Países Bajos, y Bélgica están entre los países que más han apostado y más se han beneficiado de los proyectos financiados por la UE de este tipo de proyectos. Dada la necesidad de cumplir con los objetivos de reducción de las emisiones de los gases de efecto invernadero en el año 2030 y 2050, hay quién pronostica que los próximos diez años, serán la "década de la energía geotérmica" en Europa.

Pero en España el mercado de la geotermia profunda aún sigue sin despegar. Según las estadísticas del informe del EGEC (2019), el país se encuentra hoy día



a la cola en redes de climatización de distrito equipadas con geotermia profunda y es literalmente inexistente en las estadísticas de generación eléctrica. ¿Y por qué este atraso respecto lo que ocurre en Europa si estamos en el mismo camino de la descarbonización? La respuesta no es sencilla y existen múltiples causas y explicaciones para explicarlo, pero un factor clave es la falta de inversión estatal en exploración e investigación geotérmica desde hace más 40 años, a diferencia de otros países que a lo largo de estos años avanzaron en la investigación geotérmica del subsuelo como el caso de Francia o Alemania entre otros. Otro aspecto importante es la inexistencia de incentivos, regulación del mercado o medidas de apoyo al desarrollo en I+D+i.

Para la redacción del PER 2011-2020, en el año 2009 el IDEA (Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía) elaboró un magnífico estudio técnico llamado *Evaluación del Potencial de Energía Geotérmica*, donde se realizó una estimación global de los recursos. Diez años más tarde, el conocimiento y las evaluaciones están en el mismo punto, mientras Europa sigue avanzando con proyectos e inversiones y promoviendo ayudas a proyectos que favorecen los proyectos de geotermia profunda. Ahora con el pacto verde europeo (Green Deal) y con el lanzamiento del nuevo Programa Marco de Investigación e Innovación de la UE (Horizonte Europa, 2021-2027) se esperan nuevos proyectos e inversiones en los cuales los actores mejor posicionados vuelvan a ser los mismos países vecinos anteriormente citados.



■

En España el mercado de la geotermia profunda sigue sin despegar estando a la cola respecto a lo que ocurre en Europa

■

En Cataluña, a través del Instituto Cartográfico y Geológico de Cataluña (ICGC), en colaboración con la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), se ha dado un impulso al sector de la energía geotérmica profunda desarrollando una nueva aplicación innovadora llamada "3DHIP-Calculator" que ha sido presentada al conjunto de servicios geológicos europeos. La herramienta tiene por objetivo precisamente facilitar a los entes públicos la evaluación del potencial geotérmico de acuíferos profundos a partir de modelos geológicos y térmicos preliminares en 3D. Los resultados pueden ser exportados para generar mapas que visualizan las zonas con mayor potencial geotérmico, facilitando la difusión del conocimiento de los recursos geotérmicos disponibles e impulsando el aprovechamiento del recurso.

En línea a las acciones de difusión del potencial geotérmico, y las posibilidades de utilización de esta energía, el ICGC junto al Clúster de la Energía Eficiente de Cataluña (CEEC) y el Instituto Catalán de la Energía (ICAEN) han organizado este año 2020 la segunda edición de las "Jornadas GeoEnergía" para los próximos 6 y 13 de noviembre. Este año el debate se centrará en la aplicación de la energía geotérmica en las ciudades.

Llegados a este punto, parece obvio concluir que ha llegado el momento después de 40 años de parálisis en este sector, de poner recursos y lanzar un Plan o Programa a cinco años para realizar los estudios e investigaciones necesarios encaminados a la mejora del conocimiento geotérmico del subsuelo con nuevas exploraciones e investigaciones, y con el objetivo de modelizar y mapear al completo el potencial geotérmico profundo del país. El objetivo final es llevar a la práctica, aunque sea con mucho retraso, los aspectos previstos en el PER 2011-2020 sobre la mejora del conocimiento geotérmico.

Ello debería ser el catalizador de inversiones que hagan posible el despegue inicial de este tipo de proyectos como ya alcanzaron los principales países europeos, y que posteriormente las empresas puedan tomar la iniciativa del desarrollo de este tipo de energía. Este impulso a la vez favorecería que el país pueda alcanzar la madurez y el suficiente conocimiento tecnológico como para participar de forma más directa e incluso liderando los proyectos de investigación e innovación financiados por la UE, aspecto que hasta el momento no se ha logrado de forma clara.



NÚRIA VILCHEZ Y GERARD RIBOT

Next Arquitectura se consolida mejorando holgadamente su facturación con su propuesta basada en un servicio integral y un trato cercano y dinámico con el equipo

Por Àlex Soler Fotos: eE

Next Arquitectura, talento y un equipo volcado con el cliente como las claves del éxito

En una sociedad hipercompetitiva es muy difícil destacar, por no hablar siquiera de establecerse. En el contexto actual, marcado por la crisis del Covid-19 y viniendo de una de las peores crisis económicas que se recuerdan, el talento joven lo tiene realmente difícil para crecer, no ya para encontrar trabajo, sino para emprender e innovar, siempre faltos de financiación. Aun

así, hay personas que, en base a una buena idea, desarrollan un proyecto que se termina consolidando por su propio peso. Es el caso de Next Arquitectura, un despacho de arquitectura fundado por Núria Vilchez y Gerard Ribot en 2013 que ha ido creciendo en base a una propuesta basada en un servicio integral desde los primeros trazos de una casa hasta la entrega de llaves. No obs-

tante, el camino ha sido largo, aunque la compañía lo ha dado con paso firme. Vilchez define su compañía como "una empresa de servicios de arquitectura que ha evolucionado en estos siete años hasta ser una empresa de cuatro patas: arquitectura, interiorismo, humanización y construcción. Nosotros hacemos la llave en mano y somos capaces de hacer el proyecto de principio a fin".

Vilchez y Ribot explican que Next Arquitectura empezó siendo solo ellos dos los trabajadores, ofreciendo reformas, proyectos pequeños, certificados energéticos, etc. Con el paso de los años se han convertido en una compañía, con sede en Sabadell, con 20 empleados a los que consideran una gran familia. "Nosotros veníamos de trabajar 15 años en un despacho clásico de arquitectura y la evolución hacia las cuatro patas de nuestro proyecto nos ha permitido crecer y ser lo que somos ahora. Estas características nos permiten tener una respuesta directa y eficiente, con la ventaja de que tenemos todos los servicios integrados en una sola empresa", expli-

Arquitectura admite proyectos desde cero o ya empezados con otras empresas a clientes que se sientan atraídos por este modelo de servicio integral.

Crecimiento exponencial

Durante los últimos años, Next Arquitectura ha experimentado un crecimiento exponencial en cuanto a facturación. En solo un año, del 2018 al 2019, los últimos ejercicios completos, la compañía ha pasado de facturar 200.000 euros a 800.000 euros, que han destinado a la empresa. Este es uno de los fundamentos de Next Arquitectura, reinvertir en la compañía para mejorar un equipo formado por grandes profesionales, pero sobre todo por grandes personas. "Contratamos a personas ilusionadas, con ganas de trabajar y de participar. La actitud es lo innato, los conocimientos se pueden adquirir. Buscamos esa parte personal ambiciosa que busca el crecimiento", admite Ribot. A cambio la compañía capitaneada por Ribot y Vilchez ofrece un ambiente familiar en el que el empleado siempre será valorado a las duras y a las maduras. "Queremos que

LevelUP, el empujón que necesitaba la empresa

La propuesta de servicios integrales de Next Arquitectura y una plantilla volcada con la compañía eran los cimientos de un proyecto con capacidad para explotar. El empujón final, que les permitió cuadruplicar su facturación en un año, se lo dio la escuela de negocios LevelUP. "Ha sido fundamental en nuestro crecimiento", admite Gerard Ribot, cofundador de la empresa. "Cuando estudias para ser arquitecto te forman para desempeñar ese cargo, pero no para gestionar una empresa, y un despacho de arquitectos es, al final, una empresa. Cuando descubrimos LevelUP vimos que lo que hacíamos por intuición era menos de un 10% de lo que podíamos hacer con formación", añade Ribot. A través del programa de formación de la escuela de negocios, que se centra en dar las pautas para crecer efectivamente tanto personal como empresarialmente, Next Arquitectura se ha convertido en lo que es hoy. "El crecimiento ha sido en paralelo en nuestra participación con LevelUP. Nos enseñaron técnicas de liderazgo y el modo de transmitirle nuestro mensaje a las personas. Nos ha ayudado a estar donde estamos ahora haciéndonos ver cosas que antes no veíamos y que te hacen reflexionar y perder el miedo a actuar, a seguir tu camino e invertir en talento".

Next Arquitectura propone un servicio integral que va desde los primeros bocetos hasta la entrega de la llave

En siete años han pasado de ser dos personas a ser 20 y cuadruplicar su facturación entre 2018 y 2019



ca Ribot. "Hacemos desde el proyecto de obra nueva hasta el diseño del interior, pasando por la gestión de la obra creando una experiencia de cliente más dinámica", completa Vilchez. El resultado es que el cliente puede comunicarse de forma sencilla con la empresa, se le asigna una persona de referencia para atenderle, y seguir el proyecto de forma eficaz. Asimismo, con este modelo pueden afinar mucho más con el presupuesto total, así como recortar mucho tiempo en temas de gestión, búsqueda de empresas constructoras y comunicación. Todo, con un equipo involucrado en todos los proyectos en los que trabaja la empresa, que no son pocos al cabo del año. Sin embargo, todos están siempre en movimiento, nunca dejando a ningún cliente a la espera para agilizar otro proyecto. "Es un equipo grande y así evitamos que pare ningún trabajo. Para nosotros todos los encargos son importantes por igual y por eso hemos invertido para mejorar el equipo y el servicio. Núria y yo estamos al mando de todos los proyectos, pero todos aportan sus ideas y su trabajo para mejorar el resultado final", dice Ribot. Next

el equipo esté involucrado y por eso no hicimos ertes durante el Covid-19", argumenta Vilchez. "Intentamos no parar y los trabajadores respondieron remando todos con nosotros. Hemos estado todos teletrabajando, pero conectados diariamente, haciendo reuniones de equipo y atendiendo las dudas y peticiones de los clientes", añade. La cofundadora de Next Arquitectura reconoce que, gracias a la actitud de sus empleados, "menos 15 días de parón general, continuamos las obras y tirando adelante los proyectos. Era el momento más importante de dar ese servicio integral que nos caracteriza. La persona de referencia siguió en contacto con los clientes y nosotros seguimos trabajando". "Le transmitimos a la plantilla que nos la jugábamos no haciendo un erte y ellos han dado una respuesta tremenda", sentencia.

Next Arquitectura trabaja en las cuatro provincias de Catalunya y está desarrollando proyectos fuera de la comunidad en Madrid y Zaragoza. A medio plazo, su objetivo es expandirse a toda España.

La Fageda o cuando ayudar no es una opción, es la misión

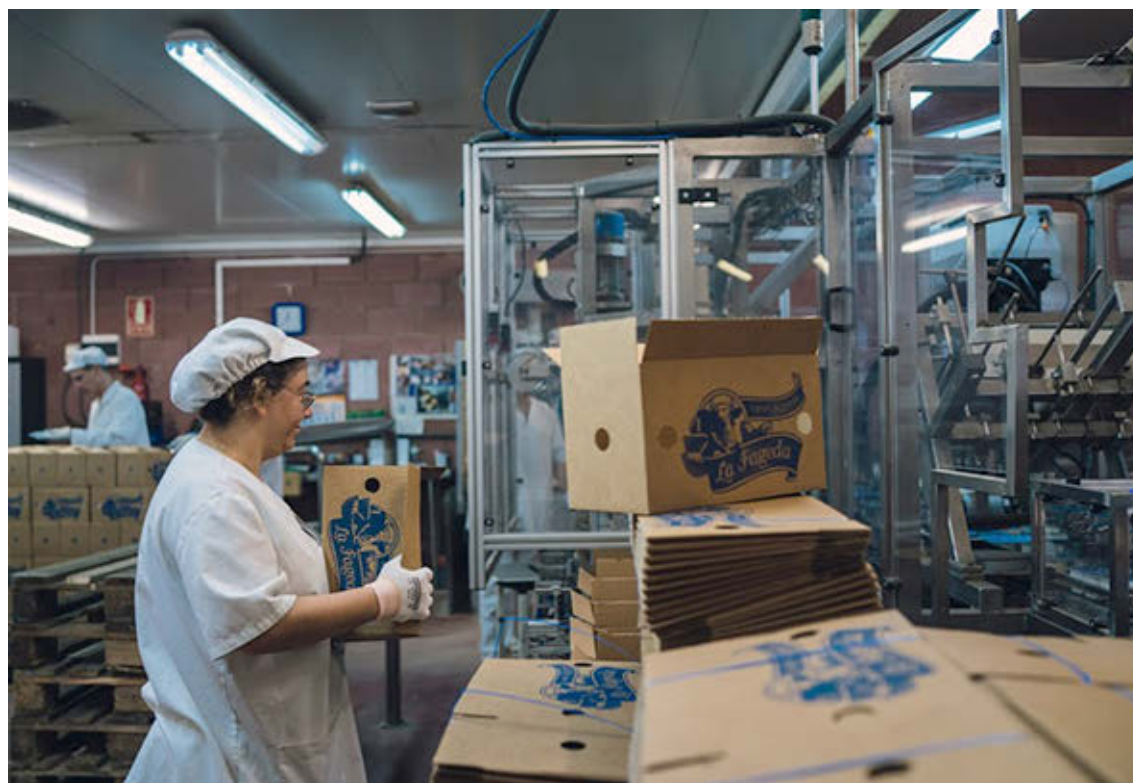
El fabricante de yogures, helados y mermeladas cumplirá 30 años con la misma misión y voluntad con que se fundó: dar empleo a personas con discapacidad y con dificultades

Àlex Soler.

Muchas empresas hoy en día destinan recursos a iniciativas sociales que buscan ayudar a ciertos colectivos como pueden ser las personas discapacitadas, las personas en riesgo de exclusión social o personas con enfermedades mentales. Estas compañías usan estas iniciativas en muchos casos para mejorar su imagen de cara al resto de la sociedad, al tiempo que realmente sirven de impulso para estas personas. Asimismo, la mayoría reciben ayudas de las administraciones públicas por llevar a cabo, por ejemplo, contrataciones de personas con alguna discapacidad. No obstante, por loables que sean sus intenciones, la misión de estas compañías sigue siendo la misma de siempre: hacer dinero vendiendo sus productos o servicios. En una sociedad hipercompetitiva no se puede pedir más y que se destinen recursos a ayu-



Dar trabajo a personas con discapacidad o dificultades, el objetivo de La Fageda. La Fageda



Trabajadora de La Fageda. La Fageda

dar a los más desfavorecidos ya es, de por sí, una gran noticia. Sin embargo, empresas como La Fageda se antojan imprescindibles en este mundo, compañías que nacieron para ayudar y que ahora, décadas más tarde de su fundación, siguen remando en la misma dirección. La Fageda fue fundada en 1982 por Cristóbal Colón, que llegó a la comarca de La Garrotxa, Girona, tras un viaje que le cambiaría el modo de ver el mundo. "Colón era sastre, pero su inquietud le llevó a descubrir el mundo de los manicomios", empieza a explicar Albert Riera, director de comunicación de La Fageda. "Fue entonces cuan-

La Fageda centra sus recursos en ofrecer servicios y empleo a personas con dificultades

do pensó que ya no quería ganar más dinero, sino ayudar a la gente. A partir de ahí empezó a viajar por varios centros psiquiátricos hasta llegar a Salt, Girona. Allí llevo a cabo talleres para más de 900 internos, pero con el tiempo vio que necesitaba crear una empresa de verdad para poder ayudar", añade.

Fue entonces cuando nació la Fageda, con la única misión de dar trabajo, hogar y sentido a las personas adultas que presentan discapacidad intelectual o trastornos mentales severos. Riera admite que "crear una empresa que funcione es difícil. Lo era

antes y lo es ahora". Asimismo, cuenta que para la Fageda fue duro porque "al principio debíamos encontrar el lugar ideal para cada persona, valorar su perfil, buscarle una vivienda, motivarlos, etc., el tema se complica. Además, la dificultad primera, porque el entusiasmo lo teníamos, era acertar a nivel de mercado porque teníamos que ser autosuficientes", detalla Riera. La visión de La Fageda es que solo siendo autosuficiente se tiene la independencia para hacer lo que realmente se quiere sin depender de nadie. Durante años, La Fageda fue creciendo, poco a poco, hasta que en 1992 empezaron a producir su producto estrella, el yogur. No fue un *boom*, sino un proceso escalonado que, diez años más tarde, llevaría a La Fageda a ser conocida por todo el territorio catalán. Sus productos son sinónimo de calidad, obtenidos con materias primas de proximidad y de un modo sostenible y producidos por personas que, sin la compañía, probablemente hubieran tenido muchos problemas para introducirse en el mercado laboral. Según explica Riera, aproximadamente el 70% de la plantilla tiene un certificado de discapacidad. "Las administraciones ayudan, ciertamente, pagando la mitad del SMI de las personas con discapacidad", admite Riera, que también se queja de que la ayuda de 12.000 euros por trabajador con discapacidad contratado, pese a ser obligatoria, nunca ha llegado. La compañía de La Garrotxa no solo ayuda a las personas ofreciéndoles un trabajo, sino que también dispone de servicios asistenciales como el hogar o la terapia ocupacional, servicios que tiene concertados con la Generalitat.

Bajar al barro, la única medida efectiva antiCovid

Como todas las empresas, La Fageda también ha sufrido el impacto del Covid-19. Albert Riera, director de comunicación, explica que "todas las entidades sociales han tenido muchos problemas para seguir atendiendo a las personas durante la pandemia". Concretamente, La Fageda tuvo que confinar muchos de sus trabajadores porque eran población de riesgo al tiempo que desarrollaban protocolos para evitar contagios, "sobre todo en las residencias". Riera especifica que, entre las medidas tomadas, estuvo crear una "red de atención telemática" para atender individualmente y sin contacto a todas las personas. Al fin y al cabo, admite Riera, "hemos aguantado como hemos podido". La Fageda no perdió una parte enorme de su negocio durante la pandemia. Si bien el consumo de sus productos cayó por el cierre de los colegios, la demanda de yogures y otros productos seguía siendo importante para abastecer a supermercados y tiendas. Con tantos trabajadores confinados, ¿cuál fue su plan de choque? "La gente de oficina nos pusimos a hacer yogures. Yo mismo empecé a hacer el horario de fábrica, a veces nocturno, para producir yogures", explica Riera. Fueron meses duros, que culminaron con la vuelta al trabajo en el inicio del desconfinamiento.

Catalunya

elEconomista.es

Gracias principalmente al yogur, pero también a sus otros productos, como los helados o las mermeladas, La Fageda es autosuficiente, ha podido superar la peor parte del Covid-19 y sigue teniendo la misma misión de siempre. “La Fageda es una entidad sin dueños, sin ánimo de lucro y que responde ante la administración pública. La voluntad es ser un proyecto puramente social”, especifica el director de comunicación.

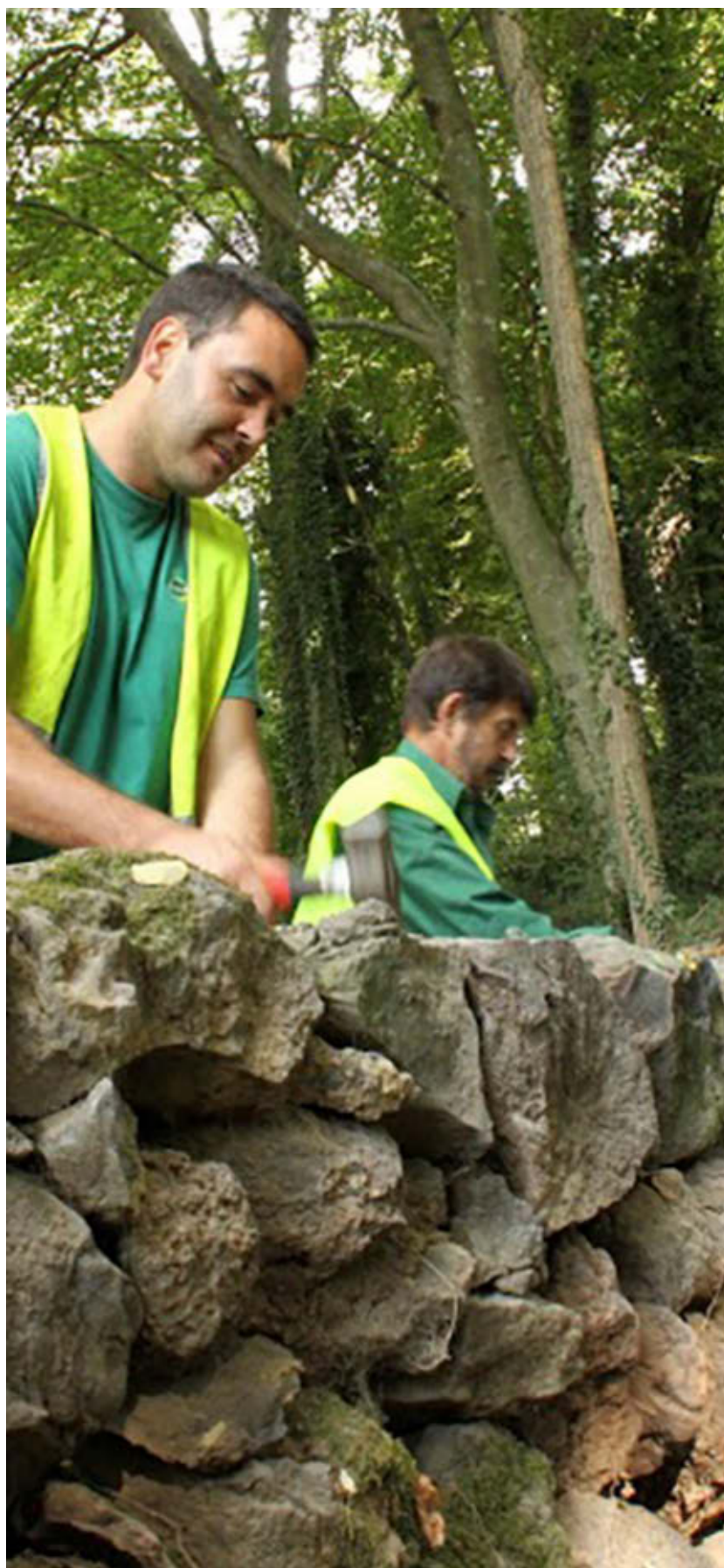
Seguir invirtiendo y mejorando

Es esa voluntad de mantenerse fiel a sus valores y principios la que les permite seguir ideando nuevas formas de ayudar. El año pasado, la empresa fundó la empresa de inserción El Faig de La Fageda S.L. “Esta iniciativa procede de nuestra voluntad de ampliar los colectivos que atendemos. Históricamente han sido personas con enfermedades mentales, discapacidades intelectuales, etc. Ya atendíamos a toda la gente que está a disposición de trabajar y no hay lista de espera en la comarca”, concreta Riera. “Entonces, queriendo abrir el espectro, nos propusimos atender también a jóvenes en riesgo de exclusión o parados de larga duración, personas mayores que no encuentran trabajo. Así vimos que la figura administrativa ideal para contratar estas personas era la empresa de inserción. Ahora tene-

El yogur es su producto diferencial, un antes y un después para la empresa

mos 26 trabajadores más que nos motivan a diversificar nuestros productos y a crear nuevos puestos de trabajo”, añade.

Con una propuesta creada y enfocada únicamente en dar trabajo a personas que, de otro modo, presentarían muchas dificultades para conseguirlo, La Fageda se ha convertido en toda una institución en La Garrotxa, así como una marca de referencia en Catalunya. No obstante, la empresa no contempla expandirse. “Trabajamos a nivel de comarca porque estamos asociados al consorcio comarcal y sus servicios nos derivan los casos. Con el Hospital Comarcal de Olot, por ejemplo, tenemos un convenio. No tenemos la pretensión de expandirnos”, dice Riera, que matiza que “hacemos dos jornadas de emprendedores sociales al año con los que compartimos nuestra experiencia”. Riera apunta que otros proyectos, como Ampans en el Bages, Barcelona, o la Cooperativa L’Olivera, Lleida, “lo están haciendo muy bien”. Con todo, según Riera, el futuro ideal de La Fageda pasaría por “haber pagado todas las letras que tenemos, que continuemos siendo nosotros y que sigamos disfrutando del reconocimiento que tenemos ahora”. Quizá eso les diferencia del resto, que su ambición es, simplemente, seguir remando.



La Fageda, además de producir yogur, concentra otras oportunidades. eE

**Óscar Vall**

Directores de Alquileres de aProperties

Nueva ley de alquileres: un freno al sector

La nueva Ley de alquiler establece que el índice de precios se fijará de acuerdo con el índice de referencia que ha establecido la Generalitat. La totalidad del sector inmobiliario, Apis, Inmobiliarias, promotores, etc., coinciden en valorar esta Ley como una herramienta política, más que como una solución al conflicto de los alquileres. Regular la propiedad privada en lugar de invertir en construir vivienda social, no es la mejor de las fórmulas para solucionar el problema del acceso a una vivienda.

Con esta nueva medida, como ya se viene advirtiendo desde hace meses, se puede provocar el efecto contrario. Existirá menos parque de alquiler disponible, ya que todos los grandes tenedores retirarán su producto de alquiler tradicional y, o bien optarán por el alquiler temporal, el cual queda exento de esta regulación, o esperarán a que pueda derogarse dicha Ley en unos meses. Por tanto, los inquilinos tendrán a su disposición menos oferta y más inestabilidad contractual al encontrarse con más oferta temporal, todo lo contrario de lo que se buscaba. En los últimos años tanto promotores estatales como grandes inversores extranjeros compraban y construían para dedicar al alquiler *-built to rent-* y gracias a ello se fue generando un gran parque de alquiler. En cambio, ahora con la limitación, muchos de ellos se pensarán si les conviene invertir en España. La inversión quedará muy limitada a estos índices, nada real, y prohibiendo a todos los propietarios alquilar algo que es suyo, por el precio que quieran o el mercado esté dispuesto a pagar.

En el entorno actual, marcado por la crisis sanitaria, los compradores se lo piensan todo más y la compra es lenta, y los propietarios y arrendatarios sufren una inseguridad jurídica insostenible. Por otro lado, a los inquilinos en realidad tampoco les beneficia todo esto. Las rentas quedarán limitadas, pero no los gastos derivados de los pisos, los propietarios los imputarán por lo que los precios no van a bajar tanto. Todo ello hace que ninguna de las decisiones tomadas ayuden mucho al sector. Desde hace unos años el parque de obra nueva de alquiler estaba creciendo, pero esta limitación conllevará volver atrás. El alquiler estaba arraigando en nuestro país como una opción de vida. En nuestro país queda mucho camino para conseguir una mayor estabilidad, sin mermar la libertad de precios.

EN LOS NEGOCIOS A VECES HAY QUE PRESUMIR
¿TU EMPRESA PUEDE?



III EDICIÓN CIEGE

CERTIFICADO INFORMA - ECONOMISTA
A LA GESTIÓN EXCELENTE

**Una nueva oportunidad para evaluar tu gestión empresarial,
potenciar tu imagen y hacer que los demás lo sepan.**

La III Edición de los CIEGE, acredita la gestión empresarial excelente. Está respaldada por el medio económico líder mundial en español, **elEconomista.es** y la empresa líder en información Comercial, Financiera, Sectorial y de Marketing, **Informa D&B**.

Haz el test gratis y descubre todas las ventajas en
<https://excelencia-empresarial.economista.es/>

Más información en
900 103 020 | clientes@informa.com



'Startups' industriales

IQS Tech Factory pone en marcha su programa de aceleración



IQS Tech Factory, el centro de actividad emprendedora de IQS, ha puesto en marcha la cuarta edición del programa de aceleración de *startups* industriales, Acceleration Program. El programa, hasta ahora conocido como IQS Next Tech, cambia de nombre y se adapta a la situación actual provocada por el Covid-19. Impulsado conjuntamente con Acció, la Agencia para la Competitividad de la Empresa de la Generalitat de Catalunya, acaba de celebrar el inicio del programa con las nueve empresas seleccionadas y se alargará hasta el mes de enero de 2021. Acceleration Program ha arrancado con la celebración de un evento *online* con la presentación de las nueve *startups* y con la participación de Oriol Pas-

qual, director de IQS Tech Factory; Juanjo Canuto, consejero delegado de Steering Machines, *startup* industrial más prometedora de 2019, y Heriberto Saldivar, mentor del programa. Las nueve empresas seleccionadas, con proyectos de base *hardware* y otras tecnologías validadas trabajarán para convertir sus prototipos en una primera serie de producción para la industria. Con Acceleration Program, IQS Tech Factory continúa con su apuesta de establecer una economía resiliente de base industrial en base al tejido productivo, a través de una nueva generación de *startups* de base científico-técnica. Para ello, el programa tiene acuerdos con la Unió de Polígons Industrials de Catalunya y Open Industry.

Centrado en el empleo

Acuerdo en Barcelona para hacer frente a la crisis del Covid-19



La pandemia implicará cambios en los empleos tanto en áreas como la ocupación, las condiciones de trabajo, la distribución y el consumo. En este contexto, el Área Metropolitana de Barcelona (AMB), el Ayuntamiento de Barcelona y la diputación de Barcelona firmaron en octubre un acuerdo de colaboración con la finalidad de trabajar conjuntamente en la elaboración de políticas y la consecución de objetivos relacionados con la reactivación económica del territorio. En este sentido, las tres entidades se han dispuesto a compartir una estrategia con actuaciones para cada una de las prioridades actuales. Así, el convenio quiere potenciar y mante-

ner el tejido empresarial de la ciudad y la provincia, proteger el trabajo y fomentar el trabajo de calidad, la apertura al talento, a las inversiones y a los visitantes; proteger y relanzar la reputación internacional de la ciudad y definir soluciones transformadoras con visión metropolitana.

En materia de ocupación, el objetivo es proteger el trabajo y mejorar la calidad de las condiciones laborales a través de un salario mínimo de referencia, de la reducción de la precariedad, de la promoción de políticas de género y de la implementación de cláusulas sociales en la contratación pública.

Sostenibilidad

Soluciones catalanas contra el vertido de residuos al mar



TecnoConverting Engineering, una empresa de Sant Fruitós de Bages, Barcelona, ha desarrollado una solución para contener los residuos sólidos en los colectores de aguas residuales y así evitar que vayan a parar a ríos y mares. Esta solución se basa en tubos de malla que se integran en dichos colectores y la empresa ya tiene algunos funcionando en algunos puntos de Sabadell y Tarragona. La empresa calcula que cada colector puede contener aproximadamente entre tres y cinco toneladas anuales de residuos. Los municipios cuentan con una red secundaria de desagüe que se utiliza en el caso de lluvias abundantes que el circuito habitual de alcan-

tarillado no puede absorber. En este caso el agua se desvía por esta red de seguridad para evitar que inunde la vía pública, pero el exceso de caudal llega a desembocar sin ser filtrado.

Tecno-Grabber es el nombre del sistema que está impulsando la compañía de Catalunya central y que aporta una solución muy sencilla a este gran problema de los residuos que llegan a los ríos y los mares. En la prueba piloto que se ha hecho en Sabadell, cada malla ha atrapado más de 100 kilos de residuos que se han acumulado después de tres temporales de lluvia.

Segunda ola del Covid-19: esperanza, resiliencia y adaptación

Cierre de los bares, restricciones en aumento y, aun así, la actividad sigue. Adaptándose a esta 'nueva normalidad' las soluciones digitales o el 'take away' se alcan como alternativas. Eso sí, la cultura, celebrada en Liber20, se ve amenazada sin conciertos y con cines vacíos

Àlex Soler. Fotos: eE



Empieza la era del 'take away' en Catalunya con el cierre de los bares

La capacidad de resistencia es una característica inherente en la naturaleza humana. Con el decretado cierre de los bares, cadenas, restaurantes y muchos locales se han adaptado para ofrecer sus productos listos para llevar.



ActitudPro crea un plató para vender a distancia

Este plató permite ayudar a empresas a superar las barreras físicas de la venta a distancia y realizar demostraciones digitales de sus productos.



El Camp Nou, vacío para recibir al Real Madrid

El Clásico se celebró en octubre a plena luz del día y sin un solo seguidor en las gradas en el partido más desangelado de la histórica rivalidad.

Catalunya

elEconomista.es

El Govern garantiza la apertura de la Estación de Esquí Boí Taüll esta temporada pese al virus

La Generalitat de Catalunya autorizó en octubre el traspaso de la gestión de Boí Taüll a Ferrocarrils de la Generalitat (FGC), garantizando la apertura de la estación de esquí esta temporada y los 140 empleos directos y más de 300 indirectos relacionados con el establecimiento.



Liber20 se celebra en formato virtual por la pandemia

En tiempo de e-books, la Feria Internacional del Libro, Liber, aprovechó la oportunidad que le brindó la tecnología para capear el virus.



Kymos recibe el premio Bioéxito por su consolidación

El Premio Bioéxito 2020 cayó en manos de Kymos por su consolidación, expansión internacional y papel relevante en la dinamización del sector.



El Cava triunfa en los Premios Vinari 2020

Las bodegas de la Denominación de Origen Cava triunfaron en los premios Vinari. Cava conquistó los galardones de las categorías que premian a los vinos espumosos..

ISDI y EADA Business School se alían

Ambas entidades se alían para lanzar un Máster en Negocios Digitales dirigido a graduados que opten por introducirse en los negocios digitales.



Catalunya

elEconomista.es



Submer, ganadora de South Summit 2020

La catalana Submer, fabricante de tecnología de refrigeración por inmersión líquida, se proclamó ganadora del South Summit por su propuesta tecnológica eficiente y sostenible.



El coronavirus amenaza a las salas de cine

La sala de cine vacía es la imagen común estos meses. Desde enero, la recaudación en taquilla se ha desplomado un 68%, una cifra desoladora e insostenible.



Singularcover, también premiada en el South Summit

La también catalana Singularcover fue reconocida como la ganadora de *Fintech & Insurtech* en el South Summit 2020, así como *startup* 'más escalable'.



La B-24, Infraestructura del año 2019

La Variante de Vallirana fue premiada en la IV Noche de las Infraestructuras, celebrada el pasado 14 de octubre.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de elEconomista.es

Digital 4.0 | Factoría & Tecnología

elEconomista.es

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

Comunitat **Valenciana**

elEconomista.es

País Vasco

elEconomista.es

Andalucía

elEconomista.es

Transporte

elEconomista.es

Seguros

elEconomista.es

Inversión a fondo

elEconomista.es

Pensiones

elEconomista.es

Turismo

elEconomista.es

Alimentación y Gran Consumo

elEconomista.es

Buen Gobierno | Iuris&lex y RSC

elEconomista.es

Agua y Medio Ambiente

elEconomista.es

Capital Privado

elEconomista.es

Energía

elEconomista.es

Catalunya

elEconomista.es

Inmobiliaria

elEconomista.es

Agro

elEconomista.es

Sanidad

elEconomista.es



Disponibles en todos
los dispositivos
electrónicos

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





Maria Teresa Coca

Redactora de elEconomista en Catalunya

La política del parche: desconcierto y confusión

Vaya por delante admitir que son bastantes los países que no consiguen doblegar la curva de contagiados por el coronavirus en esta su segunda oleada, pero ello no quita que el ciudadano de a pie aprecie una cierta improvisación en las medidas que están tomando las autoridades sanitarias estatales y, en el caso de Cataluña, las de la Generalitat. Se entiende que el virus se comporte de determinada manera, pero es inexplicable que tras la dolorosa experiencia que acarrió el coronavirus entre los meses de marzo y mayo los gobiernos no dispongan con más concreción de una hoja de ruta sobre qué medidas hay que tomar para frenar su expansión. Y lo que es más importante, sobre cuándo hay que tomarlas.

Los facultativos que siguen al pie del cañón desde hace meses ya llevaban semanas advirtiéndolo de que el rebrote era más exponencial de lo que aparentemente se esperaba y que había que alcanzar su control. Pero en la administración -plagada de nuevos comités de asesores, eso sí- no ha habido la determinación necesaria. ¿Será que son tiempos difíciles para la política catalana, con unas elecciones a la vuelta de 2021? Confiamos en que no sea esa la causa. Esperemos que sea el temor a las consecuencias de un nuevo parón de la actividad económica la razón de ser de lo que ya muchos llaman *la política del parche*, que lo único que genera es desconcierto y confusión entre la población y los sectores de actividad. Porque lo contrario, no sería de recibo. Claridad en la información y determinación es lo que debe mostrar la administración a los ciudadanos para que estos entiendan qué es lo que les espera y restar así incertidumbre a la hora de la toma de decisiones. Por dar algún ejemplo del desbarajuste político, no puede ser que en 48 horas el ocio nocturno pase de tener permiso a la reapertura a permanecer cerrado durante 15 días, o que los miembros del Govern no se pongan de acuerdo en si el teletrabajo es obligatorio o simplemente conveniente.



EL PERSONAJE



Josep Lluís Trapero

Mayor de los Mossos d'Esquadra

Josep Lluís Trapero recibió la mejor noticia posible en la recta final del peor año que se recuerda. El mayor de los Mossos d'Esquadra, protagonista de las interminables jornadas que rodearon el ya lejano 1-0 en 2017 fue absuelto de los cargos de sedición y desobediencia. En un interminable juicio obstaculizado por el Covid-19, el caso quedó visto para sentencia el pasado mes de junio. Finalmente, la Audiencia Nacional optó por absolverle, volviendo a abrir las cicatrices todavía sangrantes derivadas de la encarcelación de los presos independentistas.

LA CIFRA

13.698

Empleados en Erte

Catalunya registró durante los primeros días de aplicación del cierre obligado de bares y restaurantes 1.556 nuevos expedientes de regulación temporal de empleo (Erte), que afectan a un total de 13.698 trabajadores. Desde el viernes 16 de octubre, fecha en la que se inició la medida aplicada por la Generalitat para controlar la expansión de los casos positivos por coronavirus, y hasta el lunes siguiente, el departamento de Trabajo contabilizó la entrada de los nuevos Erte, de los cuales 862 son de impedimento de la actividad.

El retuiteo



“No se veía un político tan superado por el escenario y la situación desde Borrell en el Debate sobre el estado de la Nación del 98. Demasiado atril para tan poco candidato”.

Gabriel Rufián, ERC, tras la moción de censura fallida presentada por VOX, en la cual Santiago Abascal dedicó su discurso a criticar a sus rivales políticos y el Partido Popular se desmarcó de la formación con un contundente discurso de Pablo Casado.