

Revista mensual | 4 de abril de 2022 | N°82

# Catalunya

elEconomista.es

## LAS EMPRESAS CATALANAS SE SITÚAN AL FRENTE DEL NEGOCIO DE LA ALIMENTACIÓN SANA

La región es líder del sector ecológico en España, desde el campo a la distribución



IMPACTO SOCIAL

**LAS ZBE EN CATALUNYA  
AFECTARÁN A MÁS DE  
5,5 MILLONES DE PERSONAS**



A fondo | P6

## El negocio de la alimentación saludable impulsa a empresas catalanas

Desde compañías que ya son líderes nacionales como Veritas, a startups con ambición de crecimiento como Nora Real Food, que quiere dar el salto a Madrid.



Ronda de financiación | P24

## Incapto consigue 3,5 millones de euros para seguir creciendo

La firma, que ofrece café bajo suscripción, quiere darse a conocer en España y relocalizar la producción de sus cafeteras a Catalunya.



Entrevista | P12

## Nextil despunta en innovación e internacionalización

El director de la compañía textil apuesta por el potencial de los segmentos deportivo y médico para crecer a nivel global.



El pulso del mercado | P5

## El Ibex remonta en marzo y cierra en verde

Tras un desplome inicial, el selectivo termina el mes con una tímida subida. En marzo, Cellnex anunció la venta de 3.200 torres en Francia por orden de Competencia.

La crónica del BME Growth | P16

## El invierno cierra en positivo tras meses de caídas

Seis empresas catalanas acabaron marzo en verde, por dos en rojo, tras la incorporación al mercado de Enerside Energy y Vytrus Biotech.

Éxito empresarial | P30

## Ánima Design celebra su 20 aniversario con mucha ambición

El estudio, que diseña productos de todo tipo, quiere avanzar de la mano de grandes compañías tras crecer durante la pandemia.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña.

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

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

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



## El negocio de la dieta sana se alimenta de tradición, innovación y sostenibilidad

**C**atalunya está sabiendo aprovechar su trayectoria como potencia agroalimentaria con negocios pujantes alrededor de la alimentación saludable que se asientan en la tradición, la innovación y la sostenibilidad, y que abarcan desde el campo hasta la fiambarrera del trabajo. Este número de la revista Catalunya repasa algunos ejemplos relevantes y sus proyectos de futuro, si bien son miles las compañías de la región que están apostando por el buen y el bien comer.

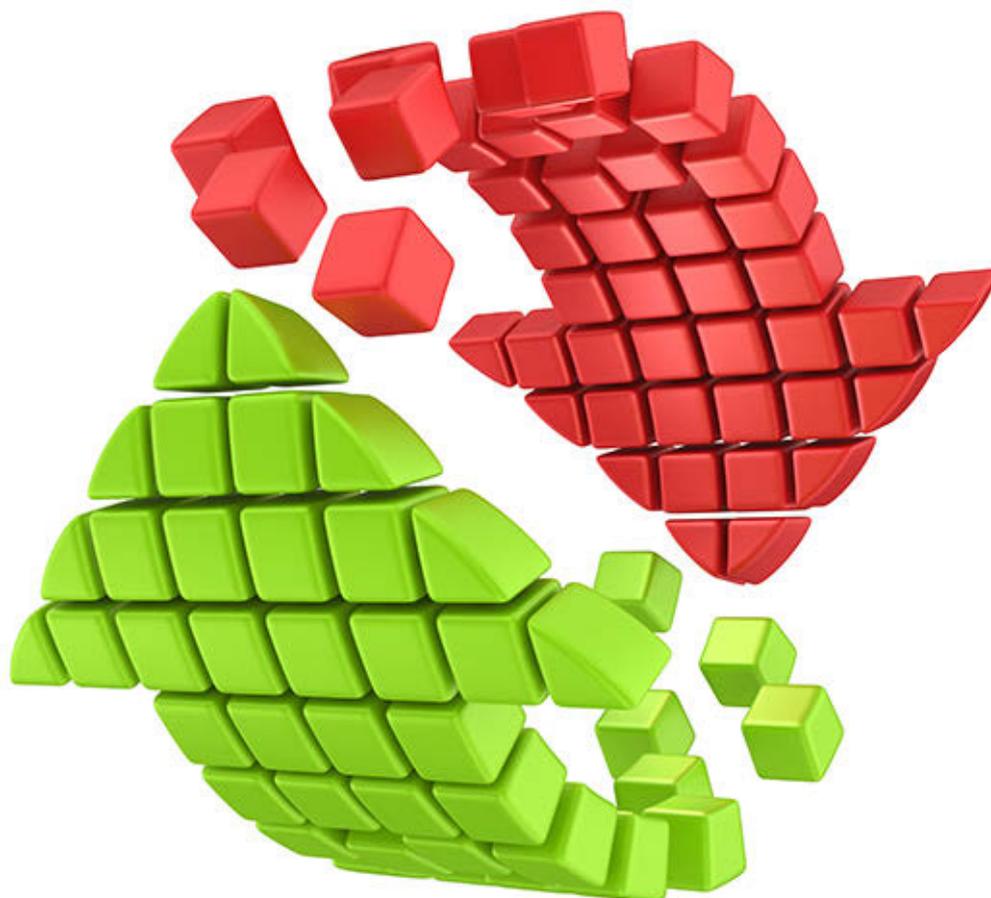
El mes de abril arranca con el retorno tras la pandemia de uno de los salones profesionales de alimentación de referencia a nivel internacional, Alimentaria, que en Fira de Barcelona incluye los productos saludables y los tan de moda nuevos alimentos que replican con proteína vegetal los gustos de productos de proteína animal, mientras la ganadería y sus elaborados también trabajan en la optimización de su oferta para hacer llegar al consumidor una alimentación saludable y de consumo responsable.

■  
Las empresas que  
despuntan comparten  
el respeto ambiental  
y el acercamiento  
al consumidor final  
■

Los productos químicos están perdiendo terreno en el campo de cultivo y en el plato, con Catalunya al frente de la agricultura y ganadería ecológicas nacionales, y con elaboraciones sin aditivos ni conservantes para consumir en proximidad pero con la máxima calidad. El secreto del éxito está en que el interés creciente por la alimentación saludable es transversal, y abarca desde los jóvenes a los ancianos. Además, las empresas que despuntan entre el resto comparten características como el respeto por el medio ambiente y el acercamiento al consumidor, tanto físicamente como a través de sus necesidades, desde la manera de comprar al momento de sentarse a la mesa, ofreciendo propuestas que nadie antes había puesto en práctica.

También destaca el reclamo del disfrute a la hora de alimentarse, con variedad de opciones saludables sin renunciar a un sabor apetecible, desde las recetas caseras tradicionales a los platos más exóticos, y con un precio asequible de la cesta de la compra. Tampoco hay que olvidar la influencia de la hostelería local, con el prestigio internacional de los restaurantes catalanes que en los últimos años se han alzado como el mejor del mundo o como coleccionistas de estrellas Michelin.

Con todos estos ingredientes se ha conformado una receta de éxito que tiene planes para seguir alimentando a clientes catalanes y también del resto de España, así como internacionales a través de las exportaciones, ámbito en el que Catalunya también es líder nacional, con el sector alimentario al frente de las ventas al exterior. Ahora que con la guerra de Ucrania se ha activado el debate sobre la soberanía alimentaria, que se suma a los efectos del cambio climático, es un momento de retos y oportunidades que Catalunya puede aprovechar.



## Suben

### Los hoteles de BCN se ponen a disposición de los refugiados

El Gremio de Hoteles de Barcelona se está coordinando desde el primer momento con la Cruz Roja, responsable de gestionar la llegada y el alojamiento de los refugiados ucranianos según el acuerdo con el Ministerio de Inclusión Social y Migraciones, para ayudar a resolver todas sus necesidades. Desde el gremio aseguran que mientras sea necesario se habilitará y facilitará alojamiento en hoteles.

### Las 'startups' impulsadas por Acció crean 500 puestos de trabajo

Las empresas emergentes tecnológicas catalanas que han recibido el soporte de la línea de ayudas *Startup Capital* de Acció, han creado 500 puestos de trabajo y conseguido más de 33,5 millones de euros de inversión privada y 39,5 procedente de organismos públicos desde 2017, cuando se puso en marcha esta iniciativa. Las cuatro convocatorias contaron con un presupuesto total de 8,4 millones,

### Barcelona acogerá la Copa América de Vela en 2024

Barcelona acogerá la 37 Copa América de Vela, que supondrá para la ciudad un impacto de unos 1.000 millones de euros, según las primeras estimaciones tras hacerse oficial que la ciudad condal será la sede del evento en 2024. En un comunicado, la organización aseguró que la ciudad fue seleccionada por "la calidad de las instalaciones del Puerto y la diversidad de espacios para la competición".

## Bajan

### La brecha fiscal de la ATC fue del 14,5% de la recaudación en 2018

En 2018, la brecha fiscal de los cuatro principales impuestos que gestionaba la Agencia Tributaria de Catalunya fue de 511,3 millones de euros. La brecha fiscal se define como la diferencia entre la cuota impositiva que los contribuyentes deberían pagar y la que pagan realmente. En ese sentido, se calcula que la brecha fiscal en el año 2018 en Catalunya fue de un 14,5%.

### La Generalitat gastará un 74% más en sus 'embajadas' este año

La Generalitat de Catalunya prevé gastar este año un 74% más que en 2021 en las delegaciones del *Govern* en el extranjero. Uno de los motivos principales será la ampliación de la red en más de un 40%, ya que abrirán seis nuevas delegaciones y tres oficinas que dependen de delegaciones, además de crearse la figura del enviado especial, que se sumarán a las 14 delegaciones catalanas actuales.

### 50.000 pymes catalanas quebrarán si deben devolver ya los ICO

Pimec, en palabras de su presidente, Antoni Cañete, alertó en marzo que hay 50.000 empresas catalanas en riesgo de quiebra, el 10% del total de empresas de la región, si no se amplía el plazo para devolver los créditos ICO Covid, por lo que pidió priorizar esta ampliación a las empresas que lo necesiten y que la banca aplique una actitud proactiva y evite afectaciones en la calificación.

## Así evolucionan las cotizadas catalanas

Datos a 28 de marzo

Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

COMPAÑÍA	PRECIO OBJETIVO		BENEFICIO NETO ESTIMADO 2022		RENT. POR DIVIDENDO ESTIMADA 2022 (%)	REC.*	VARIACIÓN MENSUAL (%)	REVISIONES NEUTRALES (%)	REVISIONES POSITIVAS (%)	REVISIONES NEGATIVAS (%)
	EUROS	VARIACIÓN MENSUAL (%)	28 FEBRERO 2022 (MILL. €)	VARIACIÓN MENSUAL (%)						
Almirall	14,38	↑ 0,1	49	-1,86	1,27	C	= Sin cambios	38,5	61,54	0,00
Appplus Services	10,94	↓ -2,2	111	-1,85	2,34	C	= Sin cambios	6,70	93,33	0,00
Audax Renovables	1,80	↓ -16,3	30	-31,50	0,00			0,00	0,00	0,00
Banco Sabadell	0,93	↑ 5,4	543	-1,99	4,02	M	= Sin cambios	47,80	43,48	8,70
Caixabank	3,42	↑ 0,9	2.462	1,20	5,96	C	= Sin cambios	41,70	58,33	0,00
Cellnex	63,14	↓ -0,6	-93	43,71	0,13	C	= Sin cambios	6,90	93,10	0,00
eDreams Odigeo	7,74	↓ -4,0	-3	-69,13	0,00	M	= Sin cambios	20,00	40,00	40,00
Ercros	-	-	-	-	-			0,00	0,00	0,00
Fluidra	36,31	↓ -2,5	313	1,36	3,05	C	= Sin cambios	8,30	83,33	8,33
Naturgy	22,96	↑ 1,0	1.236	1,74	4,61	V	= Sin cambios	26,10	0,00	73,91
Grifols	23,64	↓ -3,3	545	-13,26	1,74	M	= Sin cambios	33,30	55,56	11,11
Grupo Catalana Occidente	40,80	↑ 0,0	426	0,00	4,10	C	= Sin cambios	0,00	100,00	0,00
Inmobiliaria Colonial	9,68	↑ 0,4	164	0,81	2,86	C	= Sin cambios	25,00	68,75	6,25
Laboratorio Reig Jofre	-	-	7	0,00	0,97			0,00	0,00	0,00
Miquel y Costas & Miquel	-	-	-	-	-			0,00	0,00	0,00
Naturhouse Health	-	-	13	0,00	-	V	= Sin cambios	0,00	0,00	100,00
Nueva Expresión Textil	-	-	-	-	-			0,00	0,00	0,00
Oryzon Genomics	8,18	↓ -9,9	-7	98,93	0,00	C	= Sin cambios	0,00	100,00	0,00
Renta Corporacion Real Estate	2,83	↓ -8,9	15	0,00	6,45	V	↓ Empeora	25,00	25,00	50,00

Variación mensual entre el 28 de febrero y el 28 de marzo de 2022.

C Comprar M Mantener V Vender.

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

elEconomista

## Tímida subida del Ibex tras un mal inicio

Àlex Soler

### La escisión de Naturgy en dos cotizadas se formalizará este año

El presidente de Naturgy, Francisco Reynés, señaló en marzo que el avance del análisis de escisión del grupo en dos sociedades cotizadas, operación denominada *Proyecto Géminis*, "confirma la idoneidad del proyecto". El directivo anunció que la decisión sobre el calendario de la operación, prevista para ejecutarse a lo largo de este año tras el visto bueno de la junta extraordinaria de accionistas, "depende de factores como las condiciones del mercado y de la visibilidad regulatoria, de los ratings y de las autorizaciones y permisos administrativos". Sin embargo, señaló que el calendario de ejecución es totalmente adaptable a las incertidumbres que puedan surgir.

### Cellnex vende 3.200 torres en Francia por orden de Competencia

Cellnex anunció en marzo la venta de 3.200 torres de telecomunicaciones en Francia a la compañía estadounidense Phoenix Towers International para cumplir con las condiciones impuestas por la autoridad francesa de la competencia tras la compra de Hivory el año pasado. Los ingresos de la operación, no especificados pero que oscilan entre los 800 y los 900 millones de euros según valoración del mercado, servirán a Cellnex para seguir acometiendo inversiones, dentro de su hoja de ruta para seguir creciendo en Europa. Cabe recordar que Cellnex Telecom anunció en febrero de 2021 la segunda mayor operación de su historia por volumen, valorada en 6.100 millones de euros.



Los alimentos frescos ganan peso en la cesta de la compra. iStock

## Los negocios de alimentación sana florecen con la demanda creciente

Cada vez más personas se preocupan por mejorar su alimentación y reducir su impacto en el medio ambiente, lo que están aprovechando muchas empresas catalanas, con algunas de ellas al frente de su segmento a nivel nacional y con planes para seguir creciendo.

Estela López

**C**atalunya es referente en alimentación ecológica desde hace años, pero más allá de dicho segmento, ha proliferado un interés por la alimentación sana en su concepto más amplio que las empresas catalanas están sabiendo aprovechar, y que está impulsando su crecimiento pese al bache de la pandemia, a la vez que está conformando líderes nacionales con planes para seguir expandiendo sus negocios. Empresas ya consoli-

dadas como Veritas y Casa Ametller, en auge como Flax & Kale e incipientes como Nora Real Food darán que hablar en los próximos meses, y han explicado sus proyectos a *elEconomista*.

Catalunya es la comunidad autónoma con más operadores, productores, comercializadores e importadores del sector ecológico en España y, según los datos de producción agraria ecológica en Cataluña



Obrador de pastelería ecológica de Veritas. eE

2020, la región cerró el año con más operadores ecológicos, más superficie certificada, más explotaciones ganaderas y más industria agroalimentaria. También hubo un crecimiento del 15,83% de las facturaciones de productos agrarios ecológicos en el año 2019 (último ejercicio económico contabilizado) respecto al año anterior, que alcanzaron prácticamente los 808 millones de euros. Respecto a la superficie de cultivos ecológicos, en seis años se ha duplicado, y en 2020 creció un 12% hasta alcanzar casi 257.000 hectáreas.

En este segmento, Veritas sobresale como la cadena de supermercados ecológicos líder de España. Nacida hace 20 años, actualmente cuenta con una red de 80 tiendas y 800 empleados, y apuesta por seguir ampliando su radio de acción con locales más grandes y nuevas fuentes de ingresos. Este año prevé crecer un 10% en facturación, hasta rozar los 120 millones de euros, con cinco o seis aperturas, 14 reformas y diversificación de la venta a terceros, según su consejero delegado y cofundador Silvio Elías, que cifra las inversiones de 2022 en seis millones de euros.

La plataforma logística, cocina y obrador de 10.000 metros cuadrados que la compañía abrió en Lliçà d'Amunt (Barcelona) en 2016 con una inversión de 4 millones de euros tiene cada vez más actividad, para servir tanto a los supermercados Veritas como a los pedidos por Internet, además de a hostelería y colectividades a través de la filial Anna Eco-

lógica, que llega a colegios, restaurantes, hoteles, hospitales y empresas, entre otros.

Por Lliçà pasan cada día los camiones de reparto y de proveedores de los productos que se pueden encontrar en las estanterías de Veritas y en su web, pero también salen más de 5.000 unidades diarias de pan, bollería y pastelería ecológica elaboradas artesanalmente en las instalaciones, así como 4.000 platos preparados semanales que se cocinan de lu-

# 257.000

Son las hectáreas dedicadas en Cataluña a cultivos ecológicos, el doble que hace seis años

nes a viernes sin aditivos y sin prisas (el fricandó, una de sus recetas más vendidas, tarda cinco horas). Todo con certificación ecológica.

Tras un 2020 *extraordinario* por la pandemia, que multiplicó las ventas por el aumento del consumo en el hogar debido a las restricciones y llevó la facturación a los 106 millones, en 2021 prosiguió la mejora de los resultados con unos ingresos de 108 millones y la apertura de cinco supermercados. Ahora, el obrador y la cocina potenciarán la venta a terceros, tras recibir un incremento de peticiones por parte del canal *horeca* y colectividades. También es-

# Catalunya

elEconomista.es

tudia ampliar a más tiendas la alianza iniciada el verano pasado con Decathlon para vender sus productos en la cadena de material deportivo, después de que esté "funcionando muy bien" la prueba piloto en el Decathlon Rivas-Vaciamadrid, el mayor de la marca en Europa.

La empresa de agricultura y distribución de productos frescos Casa Ametller, que cumplió su 20 aniversario en 2021, también plantea su crecimiento a través de tiendas más grandes y diversificación. Cerró 2021 con unos ingresos de 387 millones, un 16% más que el año anterior, y este 2022 prevé facturar 450 millones, un 18% más, además de acometer una inversión de 24 millones para abrir 15 locales y reformar una veintena de los 120 actuales. Asimismo, busca un socio minoritario para abordar el macroproyecto del Agroparc Penedès, para el que necesita 180 millones de euros con el objetivo de traer a España la agricultura industrializada y neutra en carbono. Para ello, cuenta con aliados como Agbar y Carburos Metálicos, y quiere optar a recibir fondos Next Generation. El agroparque prevé ser el colofón del que es ya el mayor productor de huerta de Cataluña.

Otra de las apuestas de futuro del grupo Ametller es la restauración. La cadena de restaurantes de co-

## Veritas y Ametller son comercios referentes con planes de crecimiento y diversificación

cina saludable en centros comerciales GreenVita, participada en un 85% por el grupo Ametller Origen, dará un salto de escala en los próximos meses con la incorporación de tres locales que se sumarán a los cinco actuales. Se trata de una franquicia y de la transformación de dos establecimientos que ahora funcionan bajo la marca Ametller, según ha explicado a *elEconomista* el consejero delegado y cofundador del grupo alimentario de Olèrdola (Barcelona), Josep Ametller.

La cadena GreenVita nació hace algo más de cinco años, en noviembre de 2016, a iniciativa de dos profesionales con experiencia en el sector de la alimentación: Joan Manel Gili (exdirector de Udon y Comess Group -con marcas como Lizarran-) y Dunia Moreno (exdirectiva de Unilever y Bestfoods). Ametller entró en el año 2017, cuando compró la participación de la familia Subirats (propietaria de SB Hotels y del restaurante barcelonés *El Nacional*). Entonces GreenVita contaba con dos locales, en Diagonal Mar y The Style Outlet Viladecans, a los que más tarde se sumaron los de Parc Vallès (franquicia), Splau y Glòries, la última apertura hasta ahora, en 2018. A ellos se sumará este año la segunda franquicia de la cadena, en el cen-



Josep Ametller en una tienda del grupo. Luis Moreno



Los fundadores de Nora Real Food: Albert Solé, Nora Barata y Nora Vallcorba. eE

tro comercial Mataró Parc, y Ametller aportará los dos restaurantes que tenía hasta ahora en Sant Cugat del Vallès y en el World Trade Center de Barcelona.

Pero el crecimiento de GreenVita no es la única novedad de Ametller, ya que a principios de año lanzó Ametllet Origen Gastronomía para proveer a la hostelería junto a la familia Vinyals, especialistas en carne de ternera, en una línea de negocio que incluye plantaciones a medida para los clientes. Asimismo, Ametller busca un local de unos 100 metros cua-

**Nora Real Food envía comida saludable para empresas, ya sean pymes o grandes firmas**

drados en Barcelona para vender específicamente platos preparados para llevar.

Otra empresa catalana especialista en alimentación saludable que ha ido creciendo con los años es Flax & Kale, que empezó en 1979 como un pequeño restaurante vegetariano en Lleida, uno de los primeros de esta categoría que se abrió en el país. Ahora es una marca multicategoría y omnicanal que ofrece experiencias gastronómicas flexitarianas y que se está expandiendo por España y el extranjero. En 2014, el primer restaurante bajo la marca Flax & Ka-

le abrió sus puertas en Barcelona y, desde entonces, la marca opera en 8 restaurantes y está preparando una *flagship* en Madrid para este 2022. Con el restaurante Flax & Kale, la compañía es considerada la pionera en traer el concepto de la dieta *flexitariana* en España.

Además, en 2018 Flax & Kale creó un centro de I+D+I y producción de 6.500 metros cuadrados en Bell-Lloc d'Urgell (Lleida) donde se da vida a proyectos dentro de las categorías de bebidas probióticas, kombuchas, alternativas a la proteína animal y quesos veganos, entre otros. Con la pandemia, en 2020, el foco en I+D permitió a la compañía dar el salto de la restauración al gran consumo, vendiendo productos directamente al consumidor a través de su propio *ecommerce*, en los lineales de los supermercados de las principales cadenas de distribución en España y al resto del canal Food Service a través de distribuidores externos.

También están proliferando *startups*, como Nora Real Food, especializada en proveer a las empresas de comida saludable y con materiales sostenibles para sus trabajadores, ya sean de pymes o grandes corporaciones. Nacida en 2019, permite adaptarse a la flexibilidad del teletrabajo y con su primera ronda de financiación abrió una cocina central en el 22@ de Barcelona desde donde sirve al área metropolitana. Este año preparan una nueva ronda para dar el salto a Madrid, asesorados por la impulsora de *startups* de alimentación saludable KM Zero.

## Las alternativas vegetales, también en 'Alimentaria'

La publicación de la revista 'elEconomista Catalunya' de este mes coincide con la apertura del salón profesional 'Alimentaria' de Barcelona, y en su espacio de innovación también tienen protagonismo las novedades vinculadas a las alternativas vegetales a la carne. Así, 'Alimentaria 2022' reflejará el 'boom' que vive la proteína vegetal, con todo tipo de novedades pensadas para personas veganas, vegetarianas o flexitarianas, como chorizo de calabaza, atún de algas, huevos creados con legumbres o buñuelos de bacalao que en realidad son de soja. 'Alimentaria' mostrará el auge de los productos 'plant based', que se va extendiendo a todas las categorías.

La mayoría de estos lanzamientos estarán expuestos en 'Innoval', el área de innovación de 'The Alimentaria Hub', una muestra de más de 300 productos innovadores, muchos de los cuales se podrán probar 'in situ'.

También se podrán ver otras curiosidades como la primera cerveza verde de oliva y agua de kéfir. Para los carnívoros, habrá cochinito de Segovia envasado para disfrutarlo en cualquier momento y lugar, así como la receta de la mejor tortilla de España en lata para conservarla hasta un año en óptimas condiciones.

**Jordi Martínez**

Director de educación financiera del Instituto de Estudios Financieros

## La educación financiera es cosa de todos

La necesidad de educación financiera, definida como la capacidad de las personas para entender y tomar conciencia de cómo funciona el dinero y las finanzas a nivel personal y familiar, está cada vez más aceptada. Organismos internacionales y nacionales insisten desde hace ya más de una década en la importancia de hacer llegar estos conocimientos a toda la sociedad. Pese a ello, el grado de cultura financiera de los ciudadanos sigue siendo bajo.

La Comisión Europea (quien ya incluyó medidas dirigidas a mejorar la cultura financiera de los ciudadanos en el plan de acción para una Unión de los Mercados de Capitales en 2020) y la Red Internacional de Educación Financiera de la OCDE (OCDE-INFE) han publicado, reciente y conjuntamente, el marco de competencias financieras para adultos. Este marco tiene como objetivo mejorar los conocimientos financieros para que las personas puedan tomar mejores decisiones sobre sus finanzas personales que les permitan conseguir un bienestar financiero personal.

El marco, dado a conocer el pasado mes de enero, adapta las competencias básicas definidas por el G20 y OCDE-INFE al contexto europeo. Desde el Instituto de Estudios Financieros, como miembros de OCDE-INFE, tuvimos la oportunidad de hacer nuestras aportaciones al documento, basadas en nuestra experiencia en el desarrollo de programas de educación financiera para adultos. En concreto, el marco presentado ha dividido los conocimientos, habilidades y actitudes en cuatro grandes bloques; el primero denominado Dinero y transacciones dedicado a las diferentes formas del dinero y las divisas, ingresos, precios, pagos y compras, y plantea la importancia de los registros financieros y los contratos. El segundo bloque Planificación y gestión de las finanzas aborda la elaboración de un presupuesto, gestión de los ingresos y los gastos, ahorro e inversión, planificación a más largo plazo, jubilación, créditos, y gestión de las deudas. El tercero que lleva el nombre de Riesgos y beneficios trata la identificación de los riesgos, de seguridad financiera, seguros, y el equilibrio entre riesgos y beneficios. Entorno financiero, es el cuarto bloque, que hace una aproximación a la regulación y protección del consumidor, derechos y responsabilidades de los consumidores, el fomento de la educación financiera: la información financiera y el asesoramiento



to financiero, productos y servicios financieros, estafas y fraudes, comprensión de los impuestos y el gasto público, e influencias externas sobre las decisiones financieras. Además, las competencias tratadas en este marco han incorporado los conocimientos financieros digitales, así como las finanzas sostenibles, dos aspectos muy necesarios hoy en día y muy alineados con las prioridades de la Unión Europea.

Desde las instituciones promotoras del documento se insta a los Estados miembros, las instituciones educativas y al propio sector a fomentar políticas públicas, programas de educación financiera y materiales para los ciudadanos. En España, con el impulso de la CNMV y el Banco de España, se creó el Plan de Educación Financiera en 2008 con el objetivo de mejorar la cultura financiera de los españoles. El Plan coordina a una red de colaboradores: instituciones comprometidas en el desarrollo de iniciativas de la educación financiera. Actualmente está en vigor el Plan 2022-2025 dirigido a toda la población.

El marco de competencias puede ser una buena herramienta para mejorar los programas de educación financiera dirigidos a las personas adultas. En España existen algunas buenas prácticas en esta materia, programas que tras muchas ediciones siguen demostrando la necesidad de hacer llegar la cultura financiera a todos los estratos de la sociedad, dos ejemplos de ello son el programa de Educación Financiera y Emprendedora de Cataluña (EFEC) y el programa EFPA de educación financiera.



■  
Cada vez está más  
aceptada la necesidad  
de entender y tomar  
conciencia sobre cómo  
funciona el dinero  
■

EFEC, continuación de un proyecto europeo dirigido por el Instituto de Estudios Financieros en el que voluntarios del sector financiero impartían talleres de finanzas básicas a adolescentes, se lleva a cabo desde hace diez años en más de 550 centros catalanes, 100 de ellos donde los alumnos son personas adultas, ya sean centros de formación profesional, centros de formación de adultos o aulas de los centros penitenciarios. Este programa computa, entre alumnos de 4º de ESO y adultos, 156.000 personas formadas. Los asistentes a estos talleres aprenden conceptos de educación financiera muy próximos a los definidos en el marco de competencias que hemos ido mencionando (gestión del dinero mediante un presupuesto personal, la planificación financiera, el binomio entre riesgo y rentabilidad, los peligros que conlleva el sobreendeudamiento o la importancia de los impuestos) y que podrán mejorarse incorporando los contenidos propuestos en los cuatro bloques descritos.

Por otro lado, el programa EFPA de educación financiera, promovido por la asociación de asesores y planificadores financieros EFPA-España, lleva 7 años acercando las finanzas personales a colectivos profesionales (gremios, colegios profesionales, asociaciones de empresarios, ayuntamientos, etc.) a través de sus talleres impartidos de forma voluntaria por sus asociados se ha conseguido formar a más 25.000 profesionales españoles con el objetivo de que puedan tomar mejores decisiones financieras personales. En los talleres, anticipándose al marco de competencias, ya se están tratando la digitalización y la sostenibilidad como dos de las tendencias financieras más relevantes del momento.

Estos dos ejemplos nos ayudan a poner de relieve que la combinación de iniciativas públicas y privadas en el ámbito de la educación financiera debe garantizar que todos los ciudadanos tengan unas mínimas competencias financieras que, como ya hemos dicho, les permitan tomar mejores decisiones que acaben conllevando un mayor bienestar financiero. La salud financiera debe ser un objetivo de todos, después de la crisis causada por la pandemia del coronavirus se han alineado los objetivos de las instituciones nacionales e internacionales que parece que por fin están afrontando este tema con determinación, aprovechemos esta oportunidad para dar el gran paso adelante que nos convierta en una sociedad con mejor cultura financiera, más digitalizada y más sostenible.

## MANUEL MARTOS

Director general de Nextil



### *“La fábrica de Guatemala nos permitirá crecer en el segmento deportivo y médico”*

**Nextil prevé acabar el año con su nueva planta de producción de Guatemala en marcha y a pleno rendimiento. Será la mayor de este grupo textil multinacional de origen catalán, que también quiere ser referente global en tintura sostenible a través de su tecnología propia Greendyes, sin dejar de desarrollar tejidos innovadores**

Por Estela López. Fotos: EE

Nextil tiene planes ambiciosos, pese al golpe que supuso la pandemia y el posterior aumento de costes y crisis de suministros. Para abordarlos, su consejo de administración aprobó en marzo una ampliación de capital de hasta 12,57 millones de euros para fortalecer la estructura de capital y financiera en el marco de su crecimiento. Tras reducir un 85% sus pérdidas netas en 2021 hasta 3,6 millones de euros, frente a los nú-

meros rojos de 24,3 millones de euros de 2020, y recuperar los números negros en el resultado neto de explotación (ebit), que fue de casi un millón de euros, frente a las pérdidas de 22 millones registradas en el ejercicio precedente, la compañía prevé multiplicar el resultado bruto de explotación (ebitda) en los próximos años. Así, prevé pasar de un ebitda de 4,7 millones de euros en 2021 a otro superior a los 12 millones en-

tre 2023 y 2024 para una cifra de ventas consolidada similar a la del 2021.

**Nextil ha acometido grandes cambios en 2021: nueva organización por divisiones de producto, unificación de las plantas de Barcelona, planes para producir en Guatemala, una compra en Portugal que también incluye fabricación... ¿Qué depara 2022?**

Los dos proyectos más significativos son Guatemala, con la nueva fábrica en la que llevamos trabajando dos años y medio y ya empezará la producción este año, para la que hay mucha demanda, y la otra novedad destacada de 2022 es el lanzamiento de la tecnología de teñido Greendyes con grandes marcas, ya que hasta ahora nos habíamos centrado en los segmentos de lujo y *premium*.

**¿Qué inversiones se prevén para este año?**

La fábrica de Guatemala supone para nosotros una inversión de 20 millones, y los otros 20 los aporta el dueño de las instalaciones.

cierra por la parte central cuando lo expandes y lo presionas, en vez de estrecharse y abrirse. Esto puede tener uso en deportes al aire libre y motociclismo porque ofrece resistencia añadida con mayor comodidad, y también para policía y defensa, o para cinturones de seguridad. También apostamos por todo lo referente a la sostenibilidad, como hilos reciclados o biodegradables, e hilos de segundo uso, resultado de reaprovechar los hilos de una prenda usada, entre otros.

**¿Qué planes hay para la tecnología Greendyes?**

Greendyes permite reducir el consumo de agua y energía en más de un 50% e incluso el 75%, algo muy relevante a nivel económico y medioambiental, más todavía si se tiene en cuenta que la industria textil es la segunda más contaminante del mundo. Y lo conseguimos a través de un proceso de teñido con ingredientes naturales, no tóxicos, y residuos compostables.

*“Tenemos proyectado un centro de formación e investigación en Galicia para Greendyes con 30 millones de inversión”*

*“En marzo hemos solicitado tres patentes de estructuras de tejido especiales que hasta ahora nadie había conseguido”*



Además, tenemos proyectado un centro de formación e investigación en Galicia para Greendyes a tres o cuatro años vista con 30 millones de inversión y que empleará a 35 personas cuando esté a pleno rendimiento.

**¿Dónde se realiza ahora la I+D del grupo y qué recursos se destinan?**

La I+D está ahora repartida entre Barcelona y Portugal con una decena de personas, y destinamos a investigación y desarrollo más de dos millones de euros anuales, aunque depende de los proyectos y necesidades de cada momento, no tenemos estipulada una cantidad fija. En marzo hemos solicitado tres patentes nuevas de estructuras de tejido especiales que hasta ahora nadie había conseguido desarrollar: de características no newtonianas. Eso quiere decir que el tejido se comporta de manera diferente a la que lo suele hacer. Por ejemplo, se ensancha y se

**¿Qué parte de producción actual de Nextil utiliza Greendyes?**

En producción propia estamos todavía en un porcentaje muy reducido, alrededor del 2%, pero tenemos licenciarios de Greendyes. Hemos ido mejorando la tecnología en varias etapas que siguen avanzando. Por ejemplo, a nivel industrial estamos ahora en la quinta versión, pero ya vamos por la séptima en laboratorio, en la que hemos resuelto cómo teñir telas tejadas de manera sostenible, aunque eso todavía tardará un tiempo en llegar al mercado. Llevamos casi diez años con este proyecto, con varios millones de euros dedicados.

**¿Seguirán buscando comprar más empresas?**

Siempre estamos atentos a las oportunidades que puedan surgir. La operación de Keu-

pe en Portugal fue para ganar capacidad de producción, y ahora estamos también mirando opciones de otras compañías con las que incorporar soluciones técnicas o nueva oferta de producto para los clientes, por ejemplo.

**¿En qué ámbito territorial buscan?**

Fuera de España.

**¿Y contemplan desinversiones?**

No, tenemos la estrategia fijada con la estructura actual, después de haber unificado la producción de Barcelona en una sola planta -en El Masnou, sede histórica de Dogi, germen de la actual Nextil- y con la nueva organización comercial en cinco divisiones de negocio en vez de por centros productivos: lujo, deporte, baño, íntima y tejidos médicos.

**¿Cómo se reparte el peso de los negocios actuales?**

La guerra de Ucrania no nos impacta directamente, pero tiene efecto sobre los transportes y materias primas, aunque no creo que sea ni más ni menos que lo que hubo en 2021.

**¿Persisten los problemas de suministros?**

Ha ido mejorando la situación; era peor hace un año, pero en Estados Unidos todavía hay escasez de materia prima. Además, los costes siguen subiendo, porque el hilo sintético utiliza mucha energía y productos derivados del petróleo.

**¿Cómo se reparte la fabricación?**

Elaboramos prendas en Portugal y tejidos en Estados Unidos, y Guatemala también producirá tejidos, con unos costes que permitirán acceder a mercados de Deporte y Medical que ahora son complicados. Guatemala será la planta más grande del grupo, con alrededor de 6.000 toneladas de tejido al año.

*“Greendyes permite reducir el consumo de agua y energía al teñir en más de un 50% e incluso el 75%”*



*“En Estados Unidos todavía hay escasez de materia prima. Además, los costes siguen subiendo”*



Lujo aporta el 40%, íntima el 30%, y el resto se reparte. De cara al futuro, Deporte y Medical son las que tienen más capacidad de crecimiento.

**¿Medical se ha visto impulsado por la pandemia?**

Con la explosión del Covid-19 dejamos de vender tejidos para postquirúrgico, que era nuestro negocio principal en el segmento, para hacer mascarillas y batas. Una vez pasado lo peor de la pandemia, ahora volvemos a lo anterior, pero con más alcance geográfico: antes nos centrábamos exclusivamente en Estados Unidos, mientras que ahora estamos extendiendo este negocio a Europa y Latinoamérica.

**¿Pueden volver los beneficios en 2022?**

Esperamos que 2022 sea mejor que 2021, pero hay muchos condicionantes externos.

**¿Cómo ha afectado la pandemia a los distintos tipos de producto?**

En prenda, la demanda fue adaptándose, pero en tejidos coincidieron dos problemas: cortes de producción por el cierre de las fábricas durante los confinamientos, y una falta de material espectacular. En materiales de hilo no habrá mejora, si es que la hay, hasta la segunda mitad de 2022.

**¿Qué perspectivas hay de crecimiento internacional?**

Nosotros vendemos a marcas, y éstas nos prescriben para sus subcontratistas. Así, vendemos a marcas de América y Europa, pero acabamos vendiendo en Asia porque confeccionan allí. En la división de Lujo pretendemos crecer en Europa; en Deporte en Estados Unidos y norte de Europa; Medical en Latinoamérica, e Íntima en Europa y Estados Unidos. En Baño prevemos estabilidad.

## Resultados económicos

## Werfen cerró 2021 con una facturación de 1.854 millones



Werfen, compañía global catalana líder en soluciones de diagnóstico in vitro para hospitales y laboratorios de análisis clínicos, continúa creciendo en 2021. En el último ejercicio alcanzó una facturación de 1.854 millones de euros, un 9,3% más que en el año anterior. El ejercicio 2021 siguió marcado por el impacto del Covid-19. Por un lado, la empresa siguió viendo una fuerte demanda de tests relacionados con el diagnóstico del coronavirus. Por otro lado, en 2021 se produjo una recuperación en la actividad hospitalaria que permitió un crecimiento importante en segmentos de negocio que habían sido afectados negativamente por la pandemia en 2020. Asimismo, la empresa vio una recuperación impor-

tante en la demanda de aquellos países que habían impuesto restricciones más importantes en 2020, especialmente en Asia.

Al igual que en 2020, la venta de pruebas de biología molecular para la detección de Covid-19 en España y Portugal consolidó a Europa Occidental como principal mercado geográfico para Werfen. Este año representa un 47% de la cuota de negocio total, seguido por Norteamérica, con un 25%, Asia-Pacífico, con un 16%, y Medio Oriente y África, un 6%. No obstante, en cuanto a crecimiento cabe destacar Asia Pacífico con una subida del 30%, en especial China así como Latinoamérica.

## Contrataciones

## EDreams Odigeo ampliará su plantilla global en un 50%



EDreams Odigeo, la mayor agencia de viajes *online* de Europa y en venta de vuelos a nivel global, excluyendo China, anunció en marzo que planea aumentar su plantilla global en un 50% de cara al año fiscal 2025. Las nuevas contrataciones reforzarán los equipos de tecnología, producto e innovación de la compañía para que la empresa pueda seguir desarrollando su plataforma tecnológica propia y su amplia gama de productos y servicios de viaje. La mayoría de los nuevos puestos se ubicarán en los centros tecnológicos que tiene en Europa. La primera fase de esta campaña de contratación, que durará tres años, da comienzo este año con la previsión de

cubrir 200 vacantes, en especial en los nuevos centros tecnológicos del Grupo en Oporto y Milán, así como en sus oficinas de Barcelona, Madrid y Budapest. El anuncio, que representa la mayor campaña de captación de talento de la historia de eDreams Odigeo, se produce en un momento en que la empresa se está transformando con éxito en un negocio basado en la suscripción frente al modelo anterior, fundamentado en la transacción. Desde el comienzo de la pandemia, la compañía ha aumentado su cuota de mercado de vuelos hasta el 37%, con sus reservas situándose por encima de los niveles de antes de la pandemia.

## Mejor cifra en cinco años

## La actividad notarial creció en Catalunya un 20% en 2021



El año 2021 supuso un año de clara recuperación de la actividad notarial, como refleja el hecho de que fue el año en el que se autorizaron más documentos notariales de los últimos cinco años. Los datos ponen de manifiesto también la confianza depositada en la figura del notario, clave para garantizar adecuadamente los derechos y aportar seguridad jurídica a los ciudadanos y a las empresas. Las compraventas, con un aumento del 40% respecto al año anterior y casi un 60% en los dos últimos años; las herencias y testamentos, con un 14% de incremento el último año; los matrimonios, con un incremento del 146% respecto a 2020, atribuible al efecto re-

bote tras 2020, y la constitución de sociedades, con un incremento del 28%, son claros ejemplos de esta recuperación de la actividad. Así lo refleja la primera edición del Observatorio Notarial de Cataluña, un informe impulsado por el Colegio Notarial de Catalunya en el que se recogen todos los datos de 2021 en relación a los principales temas de interés social: herencias y renunciaciones, testamentos, matrimonios, divorcios, compraventa de viviendas, préstamos hipotecarios y constitución de sociedades, entre otros, relativos a Catalunya y por provincias. Todos los datos han sido extraídos del Índice Único Informatizado, la aplicación tecnológica del notariado.

## Evolución de las empresas catalanas del BME Growth durante marzo

Datos a 28 de marzo

■ Empresas que mantienen su sede social en Catalunya

	VALOR DEL MERCADO (MILL. €)	ÚLTIMO PRECIO (€)	VARIACIÓN MES (%)	VOLUMEN MENSUAL* MARZO	INGRESOS (MILL. €)			BENEFICIO NETO (MILL. €)
					30/06/2019	30/06/2020	VARIACIÓN (%)	30/06/2020
Agile Content	124,17	5,90	↑ 0,34	659.138	5,29	9,25	↑ 74,86	0,76
Akiles	3,09	0,11	= 0,00	0	1,52	0,65	↓ -57,24	-5,51
Enerside Energy	197,82	5,30	-	2.528.689	-	-	-	-
Griño	56,00	1,83	↓ -0,54	4.848	22,37	22,88	↑ 2,28	0,81
Holaluz	225,80	10,55	↑ 2,43	1.079.859	-	192,22	-	-
Inkemia	8,36	0,31	= 0,00	0	-	-	-	-
Kompuestos	21,88	1,80	↓ -8,16	521.905	24,43	22,42	↓ -8,23	-0,52
Lleidamet	63,23	3,94	↑ 30,46	4.045.742	6,05	7,83	↑ 29,42	0,22
Pangaea	39,35	1,73	↑ 10,90	86.396	1,56	2,35	↑ 50,64	-0,56
Parlem Telecom	100,23	6,23	↑ 3,66	466.420	-	-	-	-
Solarprofit	176,66	9,00	↑ 1,12	403.573	-	-	-	-
Vytrus Biotech	24,47	3,44	-	608.369	-	-	-	-

Fuente: Boletín del BME Growth. (-) Dato no disponible. (\*) Acumulado. En euros. Variación mensual entre el 28 de febrero y el 28 de marzo de 2022.

elEconomista

## Subidas y nuevas incorporaciones para cerrar el invierno

Seis subidas por solo dos caídas en un mes en el que debutaron en el BME Growth las compañías catalanas Enerside Energy y Vytrus Biotech.

Àlex Soler.

**M**arzo acabó con dos meses de caídas importantes en el BME Growth, el antiguo MAB, y cerró con buenos resultados y con dos nuevas incorporaciones, la de Vytrus Biotech y la de Enerside Energy, que se unen a SolarProfit, que llegó al mercado en febrero en un 2022 de bienvenidas en el mercado alternativo.

Al buen tiempo, buenos resultados y la primavera no podría, entonces, empezar mejor para las cotizadas catalanas del BME Growth. Solo se contabilizaron dos caídas, una de ellas significativa, por seis subidas, algunas también importantes. Akiles Corporation e Inkemia, paralelamente, mantienen su cotización suspendida. Empezando por el capítulo de caídas, la más importante fue la de Kompuestos, que terminó marzo viendo como sus acciones caían

un 8,16% hasta los 1,80 euros, dejando su capitalización total en los 21,88 euros. Mucho más tímida fue la de Griño, dejándose apenas un 0,54% hasta los 1,83 euros por título. Su valor total alcanza los 56 millones.

Las subidas, de menos a más, las protagonizaron Agile Content, SolarProfit, Holaluz, Parlem Telecom, Pangaea Oncology y Lleida.net. La primera mejoró un 0,34% hasta los 5,90 euros por acción, dejando su capitalización en los 124,17 millones de euros. No obstante, pasa a ser la tercera catalana más valiosa del mercado alternativo ante la irrupción de SolarProfit, que además de aliarse con el Banco Sabadell (ver página siguiente) subió un 1,12% para colocar su valor total en los 176,66 millones de euros con sus acciones cotizando en los nueve euros. Holaluz, que firmó en marzo un contrato PPA con Geneng (ver página siguiente), subió un 2,43% hasta los 10,55 euros por acción. Sigue siendo la más valiosa del mercado alternativo con un valor de 225,80 millones de euros. Parlem Telecom, por su parte, terminó el mes con una mejora del 3,66% hasta los 6,23 euros por título, con lo que su valor se sitúa en los 100,23 millones de euros.

Por encima del 10% mejoraron Pangaea Oncology, un 10,90% en su caso, dejando sus acciones en los 1,73 euros y su valor total en los 39,35 millones de euros; y Lleida.net, de lejos la catalana más volátil del BME Growth, que subió un 30,46% hasta que sus acciones alcanzaron un valor nominal de 3,94 euros. El valor total de la compañía asciende hasta los 63,23 millones de euros.

## Renovables

## SolarProfit se alía con Sabadell para instalar placas en casas



SolarProfit llegó a un acuerdo con Banco Sabadell para ofrecer a más de 200.000 clientes con casas unifamiliares la posibilidad de colocar placas solares fotovoltaicas. En España el precio medio de la instalación de paneles solares roza los 7.000 euros. Por este motivo, Sabadell ha lanzado este plan que permite a los clientes con vivienda unifamiliar financiar el 100% de la instalación hasta en 120 meses con una TAE del 5,12% y sin comisiones de apertura a través de su filial de financiación al consumo, Sabadell Consumer Finance. Una vez colocadas, las placas van a poder generar a partir de 3.000 kWh al año, aportando hasta un 60-70% del consumo eléctrico de una vivienda. La instalación puede suponer

a los clientes un ahorro significativo en sus facturas de la luz, teniendo en cuenta que el consumo de un hogar en España se estima en 4.000 kWh al año. El acuerdo se enmarca en la estrategia de Banco Sabadell de colaborar con firmas expertas que puedan aportar un valor diferencial a sus clientes, como SolarProfit, que ofrece instalaciones llave en mano a través de un proceso *end to end* digital y que se ocupa de todo el desarrollo. Con esta alianza, Sabadell mantiene su propósito de impulsar el uso de energías renovables a través de ayuda en la financiación, al tiempo en que refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia energética para lograr una economía doméstica más eficiente.

## Energía

## Holaluz firma un contrato PPA con la portuguesa Generg



Holaluz, tecnológica de energía verde que cotiza en el BME Growth desde noviembre de 2019, anunció en marzo la firma de un PPA (contrato de compraventa de energía a largo plazo) con Generg, parte de Novenergia Group y propiedad al 100% de Total Eren. Este acuerdo supone la compra de energía de aproximadamente 66 GWh anuales de un total de siete instalaciones hidráulicas que suman 24 MW de potencia instalada. Todo ello permitirá a Holaluz abastecer a alrededor de 20.000 clientes con energía 100% verde.

Este nuevo contrato de compraventa de energía a largo plazo- que incluye también la representación

en el mercado- es el primer contrato de energía hidroeléctrica firmado en la Península Ibérica y posibilitará a Holaluz asegurar la diversificación de fuentes de origen renovable.

El fuerte ritmo de crecimiento que está experimentando la empresa catalana, sumado al contexto de crisis energética mundial actual, que ha provocado una crisis de precios en el mercado mayorista de la electricidad sin precedentes, genera la necesidad de buscar este tipo de contratos PPA para poder facilitar un precio estable a los clientes, así como para garantizar el origen renovable de la energía suministrada.

## Salud

## Eurona llevará la telemedicina a las zonas rurales de Catalunya



Eurona, la compañía experta en servicios y soluciones de conectividad, se ha aliado con el servicio médico a distancia Meeting Doctors para llevar la telemedicina gratuita a las zonas rurales de Catalunya, teniendo en cuenta la escasez de servicios que obliga a sus habitantes a recorrer casi 13 kilómetros de media para una asistencia sanitaria básica. Mientras en las áreas urbanas de la comunidad apenas se recorren dos kilómetros para acceder a servicios esenciales como un médico de atención primaria, estas distancias se incrementan por encima de los 12 kilómetros en los pequeños municipios. Y lo hacen aún más en regiones principalmente rurales co-

mo Castilla-La Mancha, Aragón y Castilla y León. Para reducir estos trayectos y, teniendo en cuenta que los servicios de telemedicina se han incrementado a raíz de la pandemia y permiten evitar hasta el 70% de las consultas presenciales, Eurona extenderá con su tecnología de Internet por satélite la telemedicina a todos los rincones del país, independientemente de su población. De esta forma, permitirá un ahorro de tiempo en esperas y desplazamientos a la vez que incrementará la tranquilidad y la seguridad de los vecinos, que con este servicio podrán acceder desde su propia casa a atención médica general las 24 horas del día.



### Javier Vello

Socio responsable de EY Transforma y de la práctica de Business Consulting

## Volver a “estar de moda”

**H**asta hace poco, el principal problema de una empresa del sector textil era “pasar de moda”, que los consumidores consideraran que ya no era *cool* comprar esa marca. Posteriormente comenzamos a discutir sobre la escala, el tamaño y las posibilidades de internacionalización. Después sobre la digitalización y, más recientemente, añadimos la sostenibilidad. Hoy, sin embargo, el sector debe abordar una reflexión profunda sobre todos los fundamentales del negocio. En cierta medida, la textil se ha convertido durante años en una industria “*push*”. En la crisis financiera del 2008 al 2014 se perdieron en el sector casi 5.000 millones de euros. Las prendas fabricadas, sin embargo, no se redujeron ni remotamente en esa proporción.

Ese cheque figurado que el sector extendió al consumidor permitió continuar invirtiendo en otras categorías como la tecnología, las comunicaciones y el ocio. Y que viera la moda como un sector donde todas las conversaciones que se iniciaban por parte de la marca abordaban siempre de tema transaccional. En un producto cargado de emociones alrededor, las empresas del sector habían optado por “comoditizar” y hablar solo de precio. Adicionalmente, existe un problema demográfico en España que complica sobremanera el devenir del sector. En 2007 había 700.000 más mujeres de entre 30 y 44 años -el perfil más consumidor de moda- de las que había en 2020; en 2025 habrá 500.000 menos y en 2030, 1,3 millones menos. Si unimos el problema demográfico con el tema del precio, nos damos cuenta de que el sector tiene en la vía del volumen una salida difícil. En 2007, las consumidoras que entonces tenían 30 años gastaban, de media, 1.100 euros al año en moda. Hoy, esas mismas clientas gastan casi un 30% menos que entonces y un 18% menos que las que eran sus coetáneas diez años atrás. Pero lo más preocupante es que las mujeres que tienen en torno a 30 años consumen hoy un 40% menos que las que tenían 30 años en 2007.

La pandemia ha acelerado muchas de las tendencias que empezaban a afectar al sector y han aflorado nuevos “capturadores” de parte de este gasto: móviles, *gadgets* tecnológicos, etc. La sostenibilidad se convierte en un reto imprescindible de abordar, a demanda de reguladores y consumidores, al tiempo que la apa-



rición de los gigantes digitales y de empresas disruptoras amenazan con alterar un status quo bastante inamovible durante años.

El sector de la moda se encuentra en un momento vital que puede cambiar de forma drástica el futuro de las compañías existentes. Hoy resulta fundamental la comunicación con el consumidor e iniciar nuevos caminos, como pensar más en qué prendas se van a vender que en las que se van a producir o considerar el ciclo de vida de la prenda: por cuantos usos y propietarios podrían pasar estas. Hablar y emocionar, generar un enganche con el consumidor, compartir y comprender cómo se va a utilizar esa prenda, qué representa para quien la adquiera, hará que tejer unos lazos vinculantes con las marcas vuelva a ser más fácil. Es difícil no tener en consideración el tamaño de este sector en Cataluña y su importancia en el conjunto de la economía productiva del país. Pero sin olvidar que se configura en dos divisiones: la de las grandes compañías y la de las empresas de pequeño volumen de facturación.

Hoy sí podemos afirmar que existen oportunidades más allá de la escala, por lo que el tamaño no debería ser un freno para las pequeñas y medianas empresas catalanas. Sin embargo, es difícil abordar una única receta para todo el sector y, sin duda, en todo momento de cambio surgen oportunidades. Sin olvidar la posibilidad de que en este momento muchos proyectos interesantes pueden ser financiados por el mercado o por los fondos Next-GenEU. Si existen lugares en Europa donde pueda nacer -o transformarse- una empresa que cambie los paradigmas del sector, uno de ellos sin duda es Cataluña. El peso de la tradición y el conocimiento del sector textil conjugado con la apuesta por ser un *hub* de innovación y digitalización deberían hacer fácil alumbrar esas nuevas ideas. No es muy difícil imaginar que esa empresa, sostenible, centrada en el consumidor y muy digital podría nacer en cualquier parte del mundo. ¿Cómo posibilitar que ese alumbramiento ocurra aquí? Facilitarlo implica activar el binomio tradición-tecnología. La tradición del sector en el país, con el conocimiento profundo del producto y de los procesos, facilita entender cómo dar respuesta a los nuevos retos del consumidor. Si ponemos el prisma en un negocio más enfocado en a quién se le vende la prenda y cuál es su propósito, descubriremos que las tiradas cortas de producción vuelven a ser posibles. Esto, unido al factor precio -competitivo pero secundario-, permitirá otra vez la producción en "modo cercano". Es cierto que la industria tiene que invertir en modernizar y adecuar la forma de hacer a las altas demandas de sostenibilidad, circularidad y utilidad del producto para el consumidor. Esto es posible y debería ser uno de los focos de atención.



■  
**El asociacionismo en la moda está muy fragmentado. Es difícil articularlo en pos de un objetivo común**  
 ■

Uno de los problemas del sector, no solo en Cataluña, sino en toda España, es que el asociacionismo está muy fragmentado. Es difícil articularlo en su conjunto en pos de un objetivo. En este sentido, la captura de fondos para la modernización es fundamental y en estos momentos está logrando un trabajo de forma unida para conseguirlo. La otra parte del binomio, el de la tecnología, permitirá dibujar de otra forma el sector, incorporar nuevos perfiles, innovadores, con más conocimiento de la IA y de la algoritmia. Perfiles profesionales que están presentes hoy en nuestra geografía, dispuestos a unirse a estos nuevos retos.

Por último, aplicar esas nuevas formas de hacer hará que el sector comprenda y se aproxime más al consumidor, que descubra qué necesita cada microcomunidad de clientes, que seamos capaces de adaptarnos a las demandas del consumidor.

No cabe duda de que debemos apostar por una industria muy relevante en Cataluña, y considerada en el mundo, que hace no tanto tiempo marcaba tendencia a nivel global con reconocidas y paradigmáticas marcas. Hay que invertir en esta industria, dejar atrás vicios del pasado y darse cuenta de que para volver a "estar de moda" es preciso trabajar duro desde ya.

10

## El Constitucional tumba el límite catalán al alquiler

El tribunal publicó una sentencia que anula los artículos de la ley catalana de vivienda de 2020, que limitaba los precios del alquiler.



21

## Foment y el Institut Agrícola buscan ser referentes

Ambas partes buscan cambiar el enfoque político del sector agroalimentario para crear uno de los *hubs* más importantes del sur de Europa.

21

## El TSJC anula la ordenanza de la Zona de Bajas Emisiones de Barcelona

El TSJC entiende que la ordenanza tenía deficiencias en su elaboración y falta de informes justificativos. El tribunal anuló la ZBE, que lleva vigente desde enero de 2020.

15

## Netflix confirma que incluirá contenido en catalán

Después de semanas de tensiones entre Gobierno y ERC, Netflix anunció que contará con un catálogo de 70 títulos en catalán, gallego y euskera.

15

## Spotify llega a un acuerdo con el FC Barcelona para su patrocinio

A partir del mes de julio, Spotify dará nombre al Camp Nou y aparecerá en las camisetas del masculino, el femenino y de entrenamiento.

23

## Seat y el Grupo Volkswagen invertirán 7.000 millones en España

La tan deseada planta de baterías se va para Sagunto, mientras que Martorell se adaptará para producir coches eléctricos.

30

## QEV crea la marca Zeroid de furgonetas eléctricas para el reparto

QEV Tech producirá las furgonetas eléctricas, con una gama de cinco modelos, en la planta que deja Nissan en la Zona Franca.



## Grandes eventos para recuperar el ritmo prepandemia

**A**bril supone el pistoletazo de salida de la primavera tras unos primeros días en los que el tiempo no ha acabado de acompañar. La agenda para este mes no podría estar más cargada, recordando a aquellos programas vistos en el año 2019. Sant Jordi culminará, con una *superrilla* literaria ubicada entre el Paseo de Gracia y Diagonal, un mes de esperanza en el que la *Barcelona Bridal Fashion Week* se postula como el evento más importante del mes, en el que combinará todo lo aprendido durante el Covid en un formato presencial y una plataforma virtual para poder seguir las principales novedades del sector de la moda nupcial desde cualquier lugar.

Sant Jordi es también el ejemplo de lo que quiere hacer PortAventura World este año, que es recuperar las cifras récord de visitantes al parque que registraron en 2019 y recuperar también clientes internacionales con propuestas tan interesantes como la celebración del *Easter Celebration* o las nuevas actividades creadas junto a la LaLiga, como el nuevo bar temático al lado del aparcamiento. *Alimentaria* abre la primavera, un período en el que se espera que el Covid pase por una fase de *gripalización* y volvamos a la tan ansiada normalidad.

## LO IMPRESCINDIBLE EN EL MES DE ABRIL

### 4 de abril

#### 'Alimentaria'

El salón profesional 'Alimentaria&Hostelco' regresa a Fira de Barcelona después de cuatro años, con una previsión de impacto económico de 180 millones de euros y 100.000 asistentes, el 22% internacionales, procedentes de 114 países. El impacto económico incluye la 'Barcelona Wine Week', especializada en el sector del vino y que reunirá a 650 bodegas, 210 catalanas, del 4 al 6 de abril.

### 8 de abril

#### PortAventura World

PortAventura World reabre sus puertas el 8 de abril repleto de novedades y emoción y con la mirada puesta en conseguir una temporada exitosa. El resort espera superar el récord de visitantes alcanzado en 2019, así como recuperar las cifras de clientes internacionales. Este año se celebrará el primer

'Easter Celebration' de PortAventura World, que contará con el huevo de pascua más grande del mundo.

### 20 de abril

#### 'Barcelona Bridal Fashion Week'

Uno de los eventos más importantes del mundo en el campo de la moda nupcial vuelve a Barcelona con las principales novedades de las empresas locales e internacionales relacionados con el sector, así como algunos de los diseñadores más importantes del mundo. Además del formato presencial, se mantiene una plataforma digital desde la que seguir el evento.

### 23 de abril

#### Sant Jordi

El día del libro y la rosa llega con la esperanza de poder celebrar una jornada multitudinaria que haga olvidar la pandemia y reactive el sector del libro.

## Energía

## Pascual pone en marcha una planta de autoconsumo fotovoltaico



Pascual confirmó en marzo que ha confiado a EDF Fenice, especialista en soluciones de eficiencia energética y de autoconsumo fotovoltaico en el sector industrial, la instalación y puesta en marcha de su planta de autoconsumo fotovoltaico, situada en la fábrica que la compañía dispone en la localidad de Gurb, en la provincia de Barcelona. La instalación solar de autoconsumo de la compañía láctea cuenta con más de 3.000 paneles fotovoltaicos sobre cubierta de una potencia de 445 Wp cada uno, con lo que la potencia total instalada es de 1.409,59 kWp. La instalación fue aprobada en 2021 y ya está operativa y cuenta con tecnología avanzada a nivel de paneles solares y componentes auxiliares, además

de un sistema de monitorización de la energía generada y autoconsumida.

Pascual estima que la producción energética solar será de 1.872 MWh anuales, con lo que el autoconsumo derivado de esta instalación ahorrará la liberación de 598 toneladas de CO2. Por poner otro ejemplo, es como a plantar 1.914 árboles al año. La propuesta de Pascual funciona a través de la modalidad de autoconsumo "sin vertido de excedentes", incorporando un dispositivo antivertido inteligente, que regula de manera instantánea la potencia generada por los paneles solares con el objetivo final de no inyectar energía a la red.

## BNEW

## El CZFB y el CEEC suman sinergias en pos de la sostenibilidad



El Consorcio de la Zona Franca de Barcelona (CZFB) y el Clúster de la Energía Eficiente de Catalunya (CEEC) firmaron en marzo un convenio de colaboración para la próxima edición de la Barcelona New Economy Week (BNEW), que se celebrará del 3 al 6 de octubre de 2022. De esta forma, la asociación del sector energético repite por segundo año consecutivo como socio de la tercera edición del evento que pretende situar la ciudad de Barcelona como la capital mundial de la nueva economía, y volverá a aportar su experiencia dentro del vertical de sostenibilidad. Blanca Sorigué, directora general del CZFB y de BNEW, y Esther Izquiero, presidenta del

CEEC, fueron las encargadas de formalizar el acuerdo. "La sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales de BNEW y desde el CZFB apostamos por las alianzas que nos ayuden a seguir desarrollando buenas prácticas en materia de sostenibilidad en la nueva economía. Por ello, hemos vuelto a confiar en la experiencia del CEEC para hacer frente a los retos medioambientales a través de iniciativas innovadoras del sector de la energía", dijo Sorigué. BNEW 2022 volverá a contar con el vertical de sostenibilidad incorporado en su segunda edición, en el marco del compromiso del CZFB por la Agenda 2030 y los objetivos de las Naciones Unidas.

## Automoción

## Freudenberg construirá una nueva planta en Parets del Vallès



Freudenberg invertirá 10 millones de euros para construir una planta de producción de componentes de automoción en Parets del Vallès, Barcelona. Pere Aragonès, presidente de la Generalitat de Catalunya, lo anunció el mes pasado tras visitar la sede de la compañía alemana en Baden-Württemberg y reunirse con directivos de la compañía. En declaraciones tras su confirmación, Aragonès expresó su satisfacción por esta decisión y reconoció la presencia de la compañía en Catalunya, donde invirtió por primera vez hace más de 50 años. El proyecto de inversión de la empresa alemana, que cuenta con el soporte de Acció, permitirá a la compañía aumen-

tar hasta un 15% su competitividad actual de producción de componentes y de sistemas de dirección de la planta de Parets del Vallès. Las nuevas instalaciones, que sustituirán una planta más antigua, tendrán una superficie de 6.500 metros cuadrados, estarán altamente robotizadas y operarán sin hacer ningún tipo de uso de combustibles fósiles. En ese sentido, Aragonès remarcó que el sector de la automoción "está pasando por una gran transformación" y que esta nueva planta de Freudenberg contribuirá a la "transformación verde que estamos impulsando en Catalunya y que pasa por ir abandonando los combustibles fósiles".

## Inmobiliaria

## El grupo Cat Real Estate prevé invertir hasta 14 millones este año



La consultora especializada en la gestión de patrimonios inmobiliarios Cat Real Estate ha recibido mandato de sus inversores para realizar compras por 14 millones de euros este año. La compañía con sede en Barcelona y más de 15 años de existencia gestiona en la actualidad un patrimonio de 750 millones de euros, la gran mayoría procedentes de *family offices* barcelonesas, aunque un 10% del total proviene de un grupo patrimonialista internacional.

En los últimos cuatro años, la empresa ha adquirido cuarenta locales en Barcelona y diez en Madrid.

Pese a tener orden de invertir 14 millones, la consultora destaca que esta cifra podría ser superior si encuentran oportunidades en las mejores zonas de las dos grandes ciudades españolas. Con estas inversiones, los clientes de Cat Real Estate buscan inversiones duraderas con rentabilidades seguras.

## Sostenibilidad

## Damm, primera empresa en alcanzar la categoría 'EsAgua Platinum'



Damm, compañía adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y firmemente comprometida con la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, se ha convertido en la primera empresa en alcanzar el rango *Platinum* otorgado por la red EsAgua. Cetaqua, Water Footprint Network y DNV conceden este reconocimiento a la compañía por su excelencia y compromiso en el uso responsable del agua en sus operaciones. Damm ha logrado es-

te importante hito en el marco de su compromiso con la red EsAgua, alianza de empresas comprometidas con el uso sostenible del agua y la huella hídrica. La categoría *Platinum* es el mayor reconocimiento otorgado a las empresas participantes de la organización y se entrega a aquellas compañías que han desarrollado acciones e implementado medidas enfocadas a la reducción de su impacto medioambiental.

## Salud

## Palex adquiere la italiana Gada para seguir con su internacionalización



Palex, empresa comercializadora de equipos y soluciones hospitalarias de alto valor añadido en España y Portugal, anunció en marzo su primera adquisición fuera de la Península: la italiana Gada, compañía referente en comercialización de dispositivos médicos para cardiología y cuidados intensivos, además de proveedor de servicios de salud integrados para hospitales. Gada lleva más de 40 años trabajando con hospitales públicos y privados, estable-

ciendo relaciones de largo plazo con proveedores internacionales clave de dispositivos médicos. En 2021 facturó 100 millones de euros, frente a los 273 de Palex, que desembarca con esta operación en el mercado italiano de la mano de una empresa de referencia con la que comparte una misma visión: liderar la incorporación de tecnología y soluciones innovadoras en el ámbito de la salud. Palex da así un paso más en su internacionalización.

## Carburantes sostenibles

## Carbuos Metálicos instalará una hidrogenera pública en Tarragona



Carbuos Metálicos, compañía líder en el sector de gases industriales y medicinales en España que forma parte del Grupo Air Products, ha adquirido una parcela de más de 10.000 metros cuadrados en la que instalará la primera hidrogenera abierta al público en Tarragona. Los terrenos se encuentran a la entrada del polígono industrial Riu Clar y su ubicación junto a importantes vías de comunicación como la AP-7, la A-27, el Puerto de Tarragona y el co-

redor mediterráneo resultará clave para impulsar en toda la región el transporte de pasajeros y mercancías por carretera por medio del hidrógeno. Además de ser de origen renovable, el hidrógeno se producirá en Tarragona. Está previsto que la fase de construcción se inicie a lo largo de este año, por lo que las instalaciones podrían estar operativas a lo largo de 2023. La flota de vehículos de distribución de la empresa adoptará el hidrógeno.

# Incapto cierra una ronda de financiación de 3,5 millones

**Incapto propone una experiencia de tomar café mucho más placentera, sostenible y también asequible con su máquina automática, que muele su café de especialidad, que entregan a los suscriptores sin cápsulas que reciclar y a un precio por taza significativamente más bajo que el de las cápsulas.**

Àlex Soler. Fotos: eE



Máquina de Incapto y sacos de café sin moler.

**E**l modelo de negocio basado en las suscripciones es, de encontrar una base sólida de clientes, uno de los más efectivos, ya que una compañía obtiene ingresos recurrentes y, además, es más fácil monitorizar el rendimiento del negocio y prever el impacto económico de la empresa. Es el modelo, de hecho, anhelado por los medios de comunicación españoles en la actualidad, viendo lo que hay en otros países, o el que se ha extendido por todo el mundo en los servicios multimedia por Internet. Es, también, el perseguido por Incapto, una compañía emergente catalana que busca cambiar el modo de consumir café, mejorando la experiencia, ofreciendo una alternativa sostenible y más asequible a la vez que mejora la calidad del producto. Todo, mediante una suscripción, aunque sus productos pueden comprarse por separado.

El nombre de la compañía es ya toda una declaración de intenciones. "Incapto significa *encapsulado* en latín. Un quiño a la industria que estamos intentando cambiar, la del café", dice Francesc Font, consejero delegado y fundador de la compañía. Incapto nació en 2020, apenas unos días antes del primer estado de alarma. Su propuesta se basa en invitar al cliente a consumir café de calidad, llamado de especialidad, mediante un modelo más sostenible e incluso asequible. "Analizando el sector vimos que en España y el sur de Europa la cápsula tiene una penetración superior al 50%, pero que en el mundo se está virando al café de especialidad", argumenta Font. "Vimos varias oportunidades", concreta el directivo. "La primera, que la satisfacción en el consumo del café puede ser mucho mejor de lo que se ofrece con las cápsulas, que en general son de baja calidad. Segundo, es mejor a nivel de sostenibilidad porque no se genera el residuo de la cápsula. Cabe recordar que el 90% de las cápsulas no se reciclan. Tercero, el café es incluso más económico", añade.

Pero, ¿cómo atajar todas estas oportunidades de golpe? Incapto ofrece una máquina automática, que de momento importan de China, que muele automáticamente el café en grano y lo sirve en la taza. "Es como la cafetera de cápsulas, con uno o dos botones, pero sin cápsulas", admite Font. Paralelamente,



De izquierda a derecha, Joaquim Mach, Beatriz Mesas y Francesc Font, fundadores de Incapto.

te, Incapto ofrece una selección de 11 cafés de todo el mundo. La firma catalana importa el grano y lo tuesta en Catalunya para después mandarlo, principalmente vía suscripción, a los hogares. A 25 euros el kilo, el precio aproximado de todos los cafés, la taza sale a 17 céntimos, por cerca de 40 con las cápsulas. El cliente puede comprar la cafetera y luego comprar su propio café o suscribirse a su selección de cafés en períodos mensual o trimestral. Incapto también vende cafeteras inteligentes a empresas, que monitorizan la actividad para conocer cuándo deben reponer el café. Actualmente cuentan ya con 6.000 suscriptores y una proporción del 80% a particulares y 20% a empresas. “En los próximos años iremos al 40-50 o 50-50, depende del grado de reactivación de la actividad en oficinas”, explica Font, que justifica que la pandemia fue un gran escollo para el arranque de su actividad pero que “ahora vamos como un tiro y las empresas han recibido muy bien nuestro producto”.

### 3,5 millones de euros

Incapto cerró el año pasado con una facturación de 2,5 millones de euros y sus previsiones apuntan a una cifra de negocio de 7,5 millones de euros este año y a ir doblando anualmente a partir del siguiente. “Nos queda mucho camino por recorrer todavía, porque la cápsula sigue dominando”, admite Font, que añade que el objetivo de la compañía a largo plazo es “ser un referente a nivel global. Una marca potente que ha ayudado a cambiar esta industria en todos los aspectos”. Para seguir el camino que

les llevará a ese objetivo, Incapto ha cerrado recientemente una ronda de financiación de 3,5 millones de euros que destinarán a tres ejes. En primer lugar, según cuenta su consejero delegado, “la ronda es para darnos a conocer, sobre todo fuera de Catalunya, para invertir en fabricación e ingeniería para más modelos de cafeteras, que serían ya conectadas a nuestra plataforma y para la internacionalización. Se podría decir que el 50% será para mercado, el 25% para nuevas máquinas y el 25% a internacio-

# 6.000

Incapto cuenta con 6.000 suscriptores que reciben su café de especialidad

nalización”. En ese sentido, además de doblar sus empleados este año, Incapto aspira a que, tal y como las máquinas están conectadas a nivel de empresa, hacer lo propio también con las de particulares para así adaptar los tempos de la suscripción al consumo de cada cliente. Además, la voluntad de la compañía catalana es producirlas localmente y reducir la importación desde China.

Por otro lado, la internacionalización de la compañía arrancará a finales de este año o a principios del siguiente, con Francia, Italia, Portugal “y otros países parecidos al nuestro en consumo”.

## Inmobiliaria

## Housfy ingresó 15 millones de euros en 2021, un 140% más



Housfy, la plataforma de servicios inmobiliarios y del hogar, cerró 2021 con ingresos de 15 millones de euros, un 140% más que en 2020, año en el que cerró con 6,2 millones de euros de facturación. En 2021, la plataforma inmobiliaria completó más de 2.000 operaciones hipotecarias y llegó a los 1.000 alquileres gestionados en cartera. En cuanto a la previsión de 2022 se refiere, la compañía tiene el objetivo de llegar a los 43 millones de euros de facturación, lo que supondría triplicar el ejercicio de 2021. "Vamos a superar la pandemia con éxito, la cual nos ha hecho más fuertes, y ahora queremos reafirmar nuestro modelo de negocio y nuestro liderazgo en el mercado nacional con todo nuestro

potencial. Estamos liderando un cambio en el sector con mucho enfoque en mejorar la experiencia del usuario usando la tecnología como facilitadora", afirmó Albert Bosch, su consejero delegado.

Por otro lado, la compañía ya cuenta con más de 300 empleados en plantilla, lo que supone un crecimiento del 100% en un año y con una previsión de generar 200 nuevos puestos de trabajo antes de terminar el año, llegando a los 500 empleados. De hecho, recientemente la compañía dio a conocer el proyecto *Housfy Home Store*: la apertura de 20 tiendas abiertas al público en Madrid, Barcelona y otras ciudades españolas en los próximos tres años.

## Impulso empresarial

## La 3D Incubator celebra su tercer aniversario



La primera incubadora europea de alta tecnología en impresión 3D, impulsada en 2019 por el CZFB y Leitat con el apoyo de Fondos Feder a través de la Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio españolas, 3D Incubator, celebra su tercer aniversario con un total de 82 empresas incubadas. Se trata de un proyecto pionero en Europa que pretende fomentar el espíritu empresarial y ayudar a la consolidación de empresas a través de la innovación y la prestación de servicios de producción en impresión 3D, asesoramiento empresarial, certificación de piezas y acciones de apoyo a la comercialización. Desde su inauguración en 2019, la 3D Incubator ha impul-

sado 82 proyectos, superando sus expectativas de alcanzar los 100 en un plazo de cinco años. De todas las empresas, el 11% son internacionales y proceden de distintos países, entre ellos Irlanda, Polonia, Rumanía, Francia y Alemania. Por otra parte, la iniciativa ha recibido más de 650 solicitudes de empresas emergentes y emprendedores procedentes de otros países como Italia, Bélgica, Estados Unidos, Uruguay, Colombia y Brasil para desarrollar su idea de negocio en su programa incubación. Asimismo, otro punto a destacar del proyecto es que ha contribuido a la generación de empleo de calidad, con la creación de más de 90 nuevos empleos.

## Salud

## Mowoot consigue un millón de euros en una ronda de inversión



Mowoot, empresa especializada en el diseño, desarrollo, producción y comercialización de dispositivos médicos para el trastorno del tránsito intestinal, como el intestino neurogénico o estreñimiento crónico, anunció en marzo el cierre del primer tramo de su ronda de inversión de serie A por un valor de 1,05 millones de euros. Este primer tramo ha contado con la participación de USM Global Corporation, un vehículo de inversión que agrupa a varios inversores de *crowdfunding* de Capital Cell, Enisa, 4M Medical GmbH y otros *business angels* alemanes. El cierre del primer tramo de la ronda de inversión llega semanas después de que la compañía

consiguiera otro de sus grandes hitos: la European Patent Office ha concedido a Mowoot la patente europea grantizando así la protección tanto del dispositivo médico, como de la tecnología desarrollada por la empresa. A finales del año pasado, se obtuvieron las patentes para Estados Unidos y China. El final de 2021 estuvo marcado por la consecución de otro de los grandes hitos de la compañía. En diciembre, Mowoot conseguía la denominación de *Breakthrough Device Designation* concedida por la FDA. El estatus BDD y el cierre del segundo tramo de la ronda, que alcanzará los 2,5 millones, facilitarán su entrada en Estados Unidos.

## Red móvil

## Vodafone conectará con 5G real casi 200 municipios de Catalunya



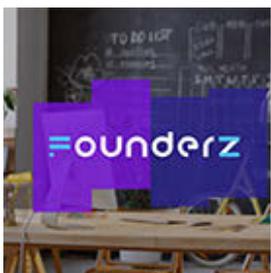
Vodafone conectará con 5G real 191 municipios catalanes, de forma progresiva hasta final de año, tras adquirir en julio 2x10MHz de espectro en la banda de 700 MHz. En este primer despliegue, la operadora ha incluido 65 localidades de menos de 1.000 habitantes. A estas, se suman otras 91 que cuentan con menos de 25.000 habitantes, 18 por debajo de 50.000 y otras 17 por encima de 50.000 habitantes. En total, 5,18 millones de habitantes en Cata-

lunya podrán acceder a un servicio 5G diferencial en el mercado.

Gracias al 5G, los habitantes de estos municipios contarán con conectividad para descargar contenidos a cinco veces más velocidad que con 4G, una menor latencia para poder visualizar o jugar *online* sin retraso y la posibilidad de tener un mayor número de dispositivos conectados a la vez.

## Educación online

## Founderz recibe 430.000 euros en una ronda de inversión

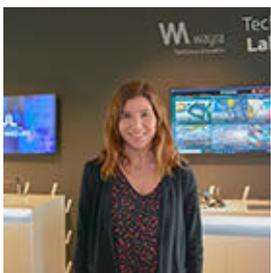


Founderz, la escuela de negocios online fundada por Pau García-Milà y Anna Cejudo en 2020, anunció en marzo el cierre de una ronda de financiación de 430.000 euros, liderada por Oryon Universal, para seguir creciendo en el mercado de la educación descentralizada (DeEd). Los recursos obtenidos en la ronda permitirán a Founderz ampliar su equipo, que actualmente está formado por 12 personas, así como su cartera de Masters online en formato mi-

crolearning. Asimismo, Founderz podrá consolidar su modelo de negocio a nivel nacional antes de iniciar la expansión internacional en nuevos mercados, que se sumarán a la presencia que ya tiene en Ecuador, México y Chile. Pau García-Milà, fundador y consejero delegado, se mostró satisfecho con el resultado de la operación y señaló que "esta marcará un punto de inflexión en el desarrollo y crecimiento de nuestro programa".

## Proyectos tecnológicos

## Telefónica inaugura 'Tech Lab' de Wayra Barcelona



Wayra, el centro de innovación abierta de Telefónica, sigue mirando al futuro con el foco puesto en capturar y potenciar las oportunidades de negocio e inauguró en marzo el *Tech Lab* de Wayra Barcelona. A partir de ahora, el centro contará con un espacio 5G que permitirá mostrar las tecnologías más innovadoras de sus empresas emergentes a los clientes y socios de Telefónica. El *Tech Lab* de Wayra Barcelona nace tras un año de trabajo del proyecto

*from hub to lab* para convertir las oficinas de Barcelona en laboratorios de tecnología donde poder enseñar los casos de uso reales de las empresas emergentes.

En total, seis empresas emergentes invertidas por Wayra, Engidi, Ludus, Watchity, Volava, Unmanned Life y Proppos, estarán presentes en este nuevo laboratorio.

## Financiación

## Capital Cell levanta 19,5 millones de euros para empresas 'biotech'



Capital Cell, plataforma de inversión online especializada en biotecnología y salud, cerró 2021 con más de 19 millones de euros de capital levantado para este tipo de empresas. Esta cifra supone un 39% más que en 2020 y representa un nuevo récord para Capital Cell, que durante el año pasado cerró rondas de financiación para 19 empresas. La plataforma de *crowdfunding* participó desde su nacimiento en 2015 en 67 rondas de financiación por un im-

porte total de 59 millones de euros. Más de la mitad de los 12.000 inversores particulares registrados en la plataforma participaron el año pasado en alguna de las 19 rondas publicadas por Capital Cell, aportando así 12,9 millones de euros a los distintos proyectos con un tiqué medio de 2,122 euros. Los restantes 6,5 millones de euros fueron aportados por inversores institucionales u oficinas como Inve-ready, Genesis Biomed o 101 Ventures.



**Fernando Dal Re Olleros**  
Socio de TheVentureCity

## Ingredientes para el éxito de una ‘startup’ en fase temprana: mucho más que capital

**A** finales de enero, *elEconomista* señalaba que en 2021, el *Venture Capital* en España había vivido un año récord con un crecimiento del 133% del capital invertido sobre 2020 hasta un total de 1.942 millones. 11 años antes, en 2010, el *Venture Capital* invertía en España 218 millones (*elEconomista*). ¿Qué explica que la inversión se haya multiplicado por nueve en tan sólo 11 años? ¿Estamos acaso en una burbuja? No creo que estemos en una burbuja, lo que sí creo es que el sector ha madurado: en estos 11 años son muchas las *startups* que han protagonizado salidas exitosas para sus inversores disminuyendo el riesgo percibido y aumentando la esperanza de mayores retornos percibidos por los inversores en esta clase de activo. Las valoraciones de las *startups* y el volumen medio invertido por ronda en las mismas también se han visto multiplicados, lo que en general es una buena noticia para los fundadores, pues han podido contar con mayores cantidades de capital y a mejor precio para construir sus *startups*. Sin embargo, me gustaría hacer una reflexión de por qué el capital no es lo más importante para el éxito de una *startup* en fase temprana.

Empecemos por definir qué es una *startup* y acotemos qué significa para ellas estar en una fase temprana. Steve Blank, profesor de la Universidad de Stanford define las *startups* como “organizaciones temporales en búsqueda de un modelo de negocio repetible y escalable”. Esta definición las hace distintas a las empresas tradicionales en tanto en cuanto: (i) tienen una ambición temporal limitada, (ii) el modelo de negocio es aún desconocido y (iii) ese modelo de negocio que se busca ha de ser repetible, pero sobre todo escalable. Típicamente las fases de inversión en *startups* son 4: Pre-semilla, Semilla, Serie A y Post Serie A. En la fase Pre-semilla típicamente se invierte en un equipo con una buena idea y el objetivo de esa fase es trasladar esa idea a un producto mínimo viable (MVP en sus siglas en inglés). En la fase Semilla lo que se busca es seguir mejorando ese producto hasta que encuentre un encaje en el mercado (típicamente porque o tiene usuarios que lo utilizan de forma recurrente o bien porque ya tiene clientes que pagan por ese producto recurrentemente) lo que normalmente, además, configurará su modelo de negocio repetible. En la Serie A lo que se busca es encontrar palancas y canales de crecimiento que den escala a ese modelo de negocio. Cuando ese modelo de negocio se encuentra, es repetible y escalable, la *startup*



deja de ser *startup* según la definición del Profesor Blank, y se convierte ya en una empresa que buscará la mejor forma de financiar su crecimiento, bien a través de *Venture Capital* (estaríamos ya en una fase Post Serie A, donde típicamente se escucha hablar de Series B, C, D, etc.), bien a través de métodos de financiación tradicionales o, mejor aún y si puede permitírselo, gracias a sus clientes. La fase temprana en la vida de una *startup* es la que comprende las fases Pre-semilla y Semilla. De media, se estima que con cada ronda de inversión en una *startup*, la dilución sufrida por los socios está entre el 10% y el 20%. Idealmente el equipo fundador retiene la mayoría del capital incluso justo después de la Serie A, pues de lo contrario podrían perder el control de sus empresas y no resultar atractivos para los inversores en futuras rondas. Por eso es importantísimo para los fundadores controlar la dilución que sufren en fase temprana y para ello sólo tienen dos formas de hacerlo: o bien consiguiendo una valoración alta para su *startup* que limite la dilución para el capital conseguido, o bien limitando al máximo la inversión necesaria para lanzar el producto, encontrar su encaje en el mercado y dar con un modelo de negocio repetible.

En los últimos años el coste de desarrollar *software* ha bajado drásticamente, por lo que, si el equipo fundador es bueno, complementario y tiene las capacidades necesarias para desarrollar un producto por sí sólo, podría incluso ahorrarse la necesidad de recibir una ronda de inversión en fase Pre-Semilla. Tampoco en la fase Semilla hace falta necesariamente mucho capital. Lo que sí hace falta es velocidad de iteración y desarrollo de ese producto para adaptarlo las veces necesarias hasta que su consumidor lo utilice, y (dependiendo del modelo de negocio) pague, de forma recurrente. La velocidad de iteración la puede dar un equipo de desarrollo amplio, pero también la da un equipo que por un lado está muy centrado en entender la necesidad de sus consumidores y, por otro, es capaz de adaptar rápidamente las señales que encuentra en el mercado al producto que está desarrollando.

Como hemos visto, el éxito de una *startup* en fase temprana tiene más que ver con las habilidades del equipo fundador que con su capacidad para conseguir financiación, con el añadido de que, a menor necesidad de financiación, mejor posición en el capital tendrá el equipo fundador cuando tenga que enfrentarse a rondas posteriores donde sí será necesario disponer de más capital para escalar su modelo de negocio.

Que la inversión del *Venture Capital* en nuestro país se haya multiplicado por nueve en apenas 11 años es una buena noticia. Lo es que se haya multiplicado el número de *startups* que son financiadas y lo es que el sector esté siendo capaz de atraer grandes volúmenes de inversión que ayudan a dar escala a aquellas *startups* que han demostrado tener un modelo de negocio repetible y escalable. Pero el capital, por sí solo, no es suficiente para desarrollar un ecosistema de innovación. Necesita además de talento técnico y de negocio, de profesionales con experiencia, de un marco jurídico que facilite la innovación y de un tejido empresarial abierto a innovar y colaborar con *startups*.

En Catalunya encontramos varios de estos ingredientes. Algunos de las *startups* más exitosas de nuestro país como Glovo, Wallbox o TravelPerk tienen aquí su origen, como también otras *startups* de éxito. Muchos de los fundadores y empleados de esas compañías han vuelto a fundar, trabajar o invertir en nuevas *startups*, lo que ha permitido que el ecosistema se haya desarrollado más y lo haya hecho de forma más eficiente. Si unimos esa experiencia en fundar, operar y escalar *startups* con el acceso a talento de algunas de las más prestigiosas universidades técnicas y de negocio, con iniciativas públicas que facilitan desde espacios físicos hasta financiación cuando no subvenciones para *startups* y con un tejido empresarial de larga trayectoria que busca continuamente innovar y está acercándose cada vez más a las *startups*, vemos que tenemos todos los ingredientes necesarios para que también el ecosistema emprendedor en Catalunya pueda tomar la escala que sus *startups* y fundadores se merecen.



■  
**La inversión en ‘Venture Capital’ se ha multiplicado por nueve en 11 años por lo que la financiación en ‘startups’ también**

■



## DIEGO QUIROGA

El consejero delegado y fundador de **Ánima Design** explica la historia de una compañía que se ha consolidado tras superar una crisis económica y crecer en el año de la pandemia.

Por Àlex Soler Fotos: eE

### Ánima Design cumple 20 años y aspira a seguir creciendo de la mano de grandes empresas

**U**no de los consejos que más se ofrece a jóvenes profesionales es que encuentren su pasión y se hagan expertos en ella, especialistas en un tema, una materia o una disciplina y explotarla. Así es más fácil destacar y acceder al cliente objetivo de esa especialidad, concentrándose en ella evitando gastos innecesarios. Aunque muchos la han seguido, compañías como **Ánima De-**

**sign** han conseguido destacar echando por tierra ese consejo porque, aunque sí, esta empresa es especialista en el diseño, no se centran en diseñar en un solo producto o sector, sino que son capaces de diseñar cualquier cosa. "Ánima Design es un estudio de diseño de producto", empieza a definir Diego Quiroga, consejero delegado y fundador de la compañía. "No hacemos diseño gráfi-

co, lo que la gente entiende como diseño, sino que hacemos productos que van desde bicicletas, hasta motos, auriculares y hasta juguetes sexuales", añade. No contentos con imaginar los productos que millones de personas utilizarán en el mundo, en este estudio acompañan a sus clientes desde el dibujo del producto hasta que está en la caja listo para vender, contribuyendo en el diseño de las piezas, en la ingeniería, en la creación de prototipos, la fabricación y hasta el *packaging*.

Ánima Design es un estudio que en 2022 cumplirá 20 años tras superar la gran crisis económica de 2008, una pandemia y la inflación y la guerra actuales. Su historia es muy particular, con Quiroga procediendo del sector del diseño y con la motivación de montar su propio estudio. Empezaron tres personas y, en sus inicios, su principal cliente eran agencias de publicidad. "Las agencias tenían muchas ideas, pero no sabían cómo materializarlas. Aunque era un mundo complicado porque las agencias quieren ir muy rápido y el diseño necesita tiempo, con-

pañía quería para dejar de depender tanto del mercado asiático.

### El punto de inflexión

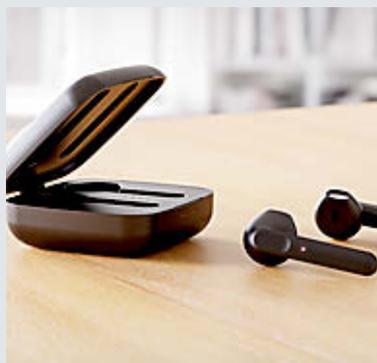
La oportunidad llegó en 2012, cuando les surgió el proyecto de la motocicleta eléctrica Volta. "Nos permitió entrar en el mundo de la movilidad y trabajar con grandes marcas como Peugeot. Hay que pensar que estas empresas, como la misma Peugeot, Audi, Volkswagen... tienen sus centros de diseño y es muy difícil entrar", expone Quiroga. "Como Volta fue un éxito, nos empezaron a llamar para temas relacionados con la movilidad, con más proyectos de motos eléctricas, productos como bicicletas eléctricas, como la bici sin radios en el neumático (ver imagen principal del reportaje), bicicletas para niños... Hemos ido evolucionando", añade el consejero delegado de Ánima Design. Con todo, la firma catalana fue consiguiendo su objetivo, reduciendo la dependencia del mercado asiático. Actualmente, tras facturar 1,2 millones de euros en 2021, el reparto quedó con el 60% procedente de Europa, el 30%

### De dibujar productos a producir prototipos

Es muy interesante hacer el ejercicio de investigar cómo ha afectado la digitalización a todos los sectores. En el caso del diseño, la llegada de Internet y la digitalización ha permitido no solo acelerar procesos, sino agilizar la prueba de prototipos y afinar mucho más en el modelado de productos. "Los primeros proyectos eran con un plano y un rotulador", dice Diego Quiroga, consejero delegado y fundador de Ánima Design. "En 2002 había programas informáticos, pero no estaban establecidos porque eran muy caros y muy pocos estudios podían pagarlos", admite Quiroga. "Hacíamos planos en 2D y pasaban días o semanas desde que mandabas un diseño a una empresa externa para hacer un prototipo hasta que lo recibíamos para validar el diseño", añade. Ahora, todo es mucho más sencillo. Cuenta Quiroga que "ahora se hacen los diseños en 3D, se envían los archivos vía mail y al día siguiente puedes tener un prototipo. Además, con la impresión 3D podemos incluso reducir este tiempo, haciendo un prototipo por la mañana, por la tarde diseñar otra pieza y al día siguiente tenerla". Quiroga admite que "para hacer las cosas bien se sigue necesitando tiempo", pero que "ahora todo va más rápido" y han aparecido problemas como una obsolescencia más rápida.

## Ánima Design se convirtió en uno de los primeros estudios de diseño españoles en llegar a China

Las exportaciones aportan el 70% de los ingresos del estudio catalán, que facturó 1,2 millones de euros en 2021



seguimos ir creciendo", recuerda Quiroga.

El golpe de suerte, explica el directivo, llegó a los dos años de arrancar, cuando Ánima Design empezó a trabajar en proyectos para la marca de herramientas Casals, que tienen sede en Ripoll pero producían en China. A raíz de su participación con Casals, un fabricante chino muy importante, que además de producir las herramientas de Casals ensamblaba productos para firmas como Bosch o Black and Decker, se quedó sin el trabajo de la marca catalana. "Cuando eso ocurrió, el fabricante chino nos llamó para trabajar con ellos. Ahí me ves con 27 años yendo a China a conocer al cliente, que trabajaba con algunas de las firmas más grandes del mundo. Fuimos una de las primeras empresas de diseño españolas en llegar a China", confiesa Quiroga antes de añadir que "entonces empezamos a abrir mercado en China". Para 2007, el 75% de la facturación de la firma catalana procedía de China, donde todavía trabajan con aquel cliente. Tras explotar en Asia, tocaba asaltar España y Europa, algo que la com-

de Asia y el 10% de América. La exportación representa el 70% de la facturación de la compañía.

Ánima Design viaja a velocidad de crucero, adaptándose al contexto actual para conseguir sus objetivos. "Queremos para el futuro trabajar en proyectos muy innovadores y para grandes corporaciones. Hemos trabajado con ellas, pero la mayoría de nuestros clientes son startups y ahora empezamos con grandes nombres como Bosch o Repsol. La suerte que tenemos es que podemos elegir qué proyectos aceptamos y eso es muy interesante", dice Quiroga. La prueba de que el estudio catalán, que cuenta con 27 empleados y sedes en Barcelona, San Sebastián y Shenzhen, se ha consolidado es su capacidad para capear crisis. Por ejemplo, durante la pandemia crecieron un 9% en 2020 y un 49% en 2021 gracias a su irrupción en el segmento médico y ahora han aprovechado la inflación y el encarecimiento del transporte para relocalizar la producción de muchos productos asesorando a las marcas y diseñando nuevos productos.



La ZBE de Barcelona, ahora suspendida, fue la primera que entró en vigor en Catalunya. Luis Moreno

## El 71% de los catalanes tendrá limitaciones para circular en 2025

67 de los 946 municipios catalanes en los que viven más de 20.000 personas tendrán que fijar para 2025 zonas de bajas emisiones para restringir la circulación de los vehículos más contaminantes. En esas 67 localidades viven 5,53 millones de los 7,76 millones de habitantes que contabiliza Catalunya.

Àlex Soler. Fotos: iStock

**P**oco importa que el Tribunal Superior de Justicia de Catalunya anulara la ordenanza de la Zona de Bajas Emisiones (ZBE) de Barcelona en marzo. La realidad es que el futuro de las urbes catalanas pasa por la restricción de la movilidad como forma para mejorar la calidad del aire. Es la medida elegida por la administración y distintos organismos, que como es habitual cargan sobre el ciudadano la responsabilidad de tener que

comprarse un coche menos contaminante, aunque al basarse sobre el etiquetado de la DGT, que mira tecnologías y no emisiones, es posible comprar coches 'ECO' que emiten más que un diésel de 20 años de antigüedad. Así son las cosas y, pese a que el TSJC decidió anular la ZBE de Barcelona -la única de Catalunya de momento- por "falta de informes que avalen algunas restricciones, exceso del ámbito geográfico de implantación y excesiva restricción

del tipo de vehículos afectados”, lo cierto es que, más pronto que tarde, el consorcio barcelonés, AMB y el resto de ayuntamientos afectados, reharán la ordenanza para volver a ponerla en marcha.

No obstante, lo cierto es que es imperativo mejorar la calidad del aire y parece que, según el acuerdo suscrito por la Generalitat, entidades locales, organizaciones y agentes sociales y económicos en la tercera Cumbre de la Calidad del Aire, el mejor método para conseguirlo es “descarbonizar la movilidad con el impulso de un transporte más colectivo, compartido y conectado, es decir, intermodal”. Para ello, pese a que el Gobierno español dictó que todos los municipios de más de 50.000 habitantes deberán tener una ZBE, cuyas restricciones serán decididas por los ayuntamientos, a partir de 2025, en Catalunya serán todos los municipios de más de 20.000 habitantes los que deberán implantar una.

### 5,5 millones de habitantes

En cifras, según datos proporcionados por el Idescat a *elEconomista*, en enero de 2021 había 67 municipios con más de 20.000 habitantes, que acumulan un total de 5.528.384 habitantes, lo que supone que el 71% de los 7.763.362 millones de catalanes verán restringida su movilidad a partir de 2025 según los

**La Generalitat movilizará 6 millones para ayudar a las ciudades a definir sus ZBE**

criterios de cada ayuntamiento, aunque según el Govern se “establecerán directrices comunes de las ZBE en toda la región para que la ciudadanía pueda entender qué quieren decir estas zonas”. Según el plan, las ciudades de más de 50.000 habitantes deberán definir cómo serán sus ZBE para 2023, mientras que el resto tendrán hasta 2024. La Generalitat activará una línea de ayudas de seis millones de euros, procedentes del fondo climático, que se nutre de la mitad de los ingresos obtenidos sobre el reciente impuesto sobre el CO2 de los vehículos, para dar soporte a los municipios, con una primera convocatoria de 4,5 millones de euros este mismo año.

En la cumbre se definieron además estrategias para trabajar por una movilidad más sostenible y para la optimización del uso de biocombustibles y se establecieron las líneas de actuación para episodios de contaminación. Asimismo, la Generalitat se comprometió a posibilitar la aprobación de la Ley de Calidad Atmosférica durante esta legislatura. Sin embargo, y pese a los objetivos para las ZBE de las ciudades, entidades como la AMB no salieron muy satisfechas. Según AMB fue la cumbre “menos ambiciosa de las tres” porque “se basa en la gestión que hagan los ayuntamientos” y no en el



Señal que indica la entrada a la ZBE de Barcelona. eE



El despliegue de la infraestructura generadora renovable está sufriendo contratiempos que la retrasan. eE

consenso. La entidad pidió "mejorar el transporte público", sobre todo Rodalies, y aplicar la ley del Cambio Climático. "Lo que hemos aprobado hoy no tiene ninguna novedad", acabó.

Entidades como el Puerto de Barcelona o el Puerto de Tarragona, en cambio, sí recibieron con optimismo el acuerdo de la cumbre de la Calidad del Aire de Catalunya y anunciaron su adhesión al mismo con varios compromisos importantes para reducir su impacto ambiental, también importante por la naturaleza de su actividad. Entre sus objetivos estaban la reducción de las emisiones de óxidos de nitrógeno, garantizar que la energía eléctrica provenga de fuentes renovables, la electrificación, en el caso de Barcelona, de todos los puntos de amarre de cruceros, portacontenedores y ferris para 2030 a partir de acuerdos como el suscrito con Grimaldi para conectar sus buques a la red eléctrica, o dar continuidad a las estrategias de sensibilización y educación ambiental.

Con todo, Catalunya recibirá además 218 millones de euros desde los fondos europeos para dedicar a la descarbonización y a la digitalización de la movilidad urbana, además de para la aceleración de la implantación de las ZBE, siendo la comunidad española que más recibirá en este aspecto.

#### La importancia de las renovables

Virar hacia un transporte menos contaminante y más electrificado es clave para mejorar la calidad

del aire y la reducción de emisiones, pero de nada sirve si la energía eléctrica utilizada se genera mediante procesos contaminantes. En ese sentido, queda un largo camino por recorrer, aunque Catalunya está en un buen punto de partida, generando el 76% de toda la energía a partir de procesos sin emisiones de CO2 equivalentes y el 17% a partir de fuentes renovables, siendo la región líder en España en generación eléctrica libre de emisiones. En cuanto a la potencia instalada, las energías re-

# 218

Millones de los fondos europeos recibirá Catalunya para la descarbonización de la movilidad

novables representaban a cierre de 2021 el 30,3% del total, una cifra, sin embargo, alejada de lo ideal. Catalunya está sufriendo para encontrar el encaje del despliegue de renovables por varios problemas, entre ellos la negativa de muchas localidades a instalar parques eólicos, las trabas normativas de la Generalitat, que están poniendo en peligro proyectos eólicos por una potencia de, al menos, 1.000 MW y el rechazo al decreto 12/2019, que desregularizó el suelo sobre el que instalar placas y aerogeneradores y que provocó más de 1.000 solicitudes para aerogeneradores y 9.518 hectáreas para placas solares.

## Supermercados

## El Grupo Bon Preu incrementó su facturación un 9,7% en 2021



El Grupo Bon Preu facturó 1.782 millones de euros en el ejercicio 2021, que terminó en febrero, lo que supone un 9,7% más que el año anterior, y aspira a superar los 1.900 millones de euros en 2022. Lo explicaron la directora comercial, Anna Font, y el director financiero de la compañía catalana, Pere Anglada. “Estamos contentos y valoramos de forma positiva los resultados. Hemos alcanzado el objetivo que nos habíamos marcado”, dijo Font, que también destacó que un millón de hogares compran de forma recurrente en sus establecimientos. El grupo invirtió a lo largo de 2021 un total de 104 millones de euros, que se han destinado a tiendas, equipamientos y reformas, entre otros, y suponen

alcanzar los 1.000 millones de inversión en la última década.

Anglada destacó el buen comportamiento pese a la pandemia, aunque tuvieron que frenar inversiones, y ahora cuentan con una cartera de proyectos de 200 millones que podrían arrancar en meses. La compañía prevé, entre este año y 2023, la apertura de supermercados Bonpreu en Llinars del Vallès, Mataró y Tona, Barcelona, así como establecimientos Esclat en Sabadell, Cunit y Lleida. También contempla abrir en estos años cinco gasolineras EsclatOil, además de una plataforma logística en Cervelló, que supondrá la llegada de la compra *online*.

## Infraestructuras

## El Puerto de Tarragona inicia las obras de construcción de la ZAL



En marzo arrancaron las obras de construcción de los viales de acceso en la Zona de Actividades Logísticas del Puerto de Tarragona, una de las plataformas de operaciones y de servicios más innovadoras del territorio impulsada por la Autoridad Portuaria de Tarragona en el término municipal de Vila-Seca. La infraestructura ocupará una superficie de 915.000 metros cuadrados entre los terrenos de la localidad de Vila-Seca. Esta nueva plataforma logística supondrá la creación de más de 4.200 puestos de trabajo directos e indirectos, un incremento del 20% del espacio para las actividades logísticas del Puerto de Tarragona y un impacto positivo en el

tráfico marítimo cifrado entre 2,7 y 4,6 millones de toneladas más al año.

En este momento, están en marcha las obras de construcción del vial perimetral, el primero de los tres proyectos de accesos que se tienen que ejecutar. Esta obra se adjudicó el mes de septiembre de 2021 por un importe de 3,33 millones de euros. Las tareas se iniciaron el 25 de octubre de 2021 y tienen una duración prevista de 10 meses, con previsión para finalizar a finales de verano de este mismo año. Junto al proyecto se llevará a cabo un proyecto de restauración del entorno natural local.

## Impulso económico

## El Grupo ICF financia más de 1.200 empresas con 535 millones



El Grupo ICF cierra 2021 con unas cifras que demuestran su contribución, como banca pública, en el impulso y el soporte del tejido empresarial de Catalunya. En total, el ICF financió 1.213 personas trabajadoras por cuenta propia, pymes, grandes empresas y entidades por un importe de 535,1 millones de euros durante el 2021, contribuyendo al mantenimiento y creación de 24.176 lugares de trabajo. En comparación con años anteriores, los datos totales de la actividad no incluyen ni el volumen de reestructuraciones de operaciones vigentes ni los avales formalizados a través de Avalis de Catalunya. El consejero delegado de la compañía, Jordi Òliva, afir-

mó que “los datos de actividad confirman el rol anticíclico de la banca pública y su capacidad para complementar la oferta de la banca tradicional”. “La disminución de nuevos préstamos relacionados con el Covid es el principal motivo del descenso de la actividad, un 36% inferior respecto a 2020”. En los últimos tres años, se han financiado 3.354 empresas por cerca de 1.800 millones de euros con el objetivo de impulsar el crecimiento, la innovación y la sostenibilidad de la economía catalana. Dos tercios de la actividad del ICF se han destinado a nuevos proyectos de inversión y solo el 34,6% del total de la financiación han sido préstamos Covid.

## La primavera llega con grandes expectativas para el resto del año

La apertura del mirador Unlimited Barcelona es solo un ejemplo de lo que espera la ciudad y la región para este año. El retorno del turismo de calidad, los cruceros y un calendario congresual bien cargado indican que la actividad vuelve tras la pandemia.

Àlex Soler. Fotos: eE



**Unlimited Barcelona, el primer mirador abierto al público en el centro de la ciudad**  
El mirador Unlimited Barcelona se ubica en la planta 20 de la Torre Urquinaona, a 70 metros de altura, el edificio más alto del centro de la ciudad, desde donde se observa una visión panorámica de 360 grados.



**Elisenda Bou-Balust, premio 'FPdGi Empresa 2022'**

La ingeniera catalana fue distinguida por ser un referente a nivel mundial en el ámbito de la ciencia, la tecnología y la inteligencia artificial.



**Blanca Sorigué entra en la Fundación Pimec**

La directora general del CZFB entra en el patronato de la Fundación Pimec para aportar su conocimiento en igualdad de género y Agenda 2030.

# Catalunya

elEconomista.es

## Empleados del Grupo Indukern participan en la caminata solidaria 'Magic Line'

El 20 de marzo, empleados del Grupo Indukern participaron en la *Magic Lane*, la caminata solidaria organizada por la Obra Social Sant Joan de Déu. La iniciativa, que ha sumado 80.000 personas desde 2014, dedicó este año parte de los fondos a ayudar a los refugiados procedentes de Ucrania.



## Areas se integra en la Cruz Roja para recibir refugiados ucranianos

Areas gestiona establecimientos en aeropuertos, estaciones y áreas de servicio en 10 países y facilitará comida y bebidas a los refugiados.



## El CCIB arranca el calendario de eventos médicos

El CCIB acogió en marzo el congreso anual de la Sociedad Europea de Tumores Neuroendocrinos, iniciando un año en el que espera grandes eventos.



## B-Travel propone experiencias y turismo de calidad para viajar

B-Travel dio lugar entre el 1 y el 3 de abril para ofrecer múltiples oportunidades para viajar de nuevo en 2022 después de las dificultades del Covid.

## Barcelona acompaña a más de 15.000 jóvenes a buscar empleos

La Comisión del Plan de Fomento de la Ocupación Juvenil hizo balance y anunció que ha contribuido a que el paro juvenil caiga un 54%.





**Acuerdo del Colegio de Economistas y la Oficina del Parlamento Europeo**  
Ambas partes firman un acuerdo para dar visibilidad a la agenda política de la institución europea en materia económica, monetaria y de comercio internacional.



#### Vuelve la normalidad de la actividad crucerística

El Puerto de Tarragona y la Mesa Institucional de Cruceros celebran el retorno de la normalidad. La temporada 2022 prevé acoger 38 escalas con 58.000 cruceristas.



#### La Asociación Empresa Familiar cumple 20 años

Más de 200 empresarios participaron en el acto de conmemoración del aniversario, celebrado en Lleida en el que fue el primer encuentro tras el Covid.



#### AstraZeneca creará 100 empleos en BCN

La compañía creará un centro de desarrollo en Barcelona para acelerar la producción de nuevos fármacos.

# elEconomista.es

Diario líder en información económica en español

## “La prensa es el indicador de la ruta del progreso”

- Víctor Hugo -

Oferta al  
**-50%**  
de descuento



Suscríbese todo un año a la edición impresa del diario elEconomista.es por solo:

**233 €** antes ~~465 €~~

Y le enviaremos el diario impreso a su domicilio de Martes a Sábado\*.

Incluye edición digital en PDF, acceso a hemeroteca y a todas las revistas digitales y boletines informativos.



Suscríbese ahora visitando la página: [www.eleconomista.es/suscripciones/](http://www.eleconomista.es/suscripciones/) o llámenos al teléfono: **91 138 33 86**  
Promoción válida hasta el 30 de abril de 2022. Sin renovación automática. Terminado el periodo contratado, le llamaremos por teléfono para saber si quieres seguir disfrutando de nuestros contenidos.

\* Consultar zonas geográficas con reparto.



Estela López

Delegada de elEconomista en Catalunya

## El poder de la colaboración público-privada

El mes de marzo empezó y acabó con dos ejemplos significativos que constatan el poder positivo de la colaboración público-privada en la ciudad de Barcelona: el Mobile World Congress y la elección de la capital catalana como anfitriona de la Copa América de Vela en 2024. Sobre el congreso tecnológico y su impacto favorable desde que llegó a la Ciudad Condal en 2006 mucho hemos escrito ya en revistas anteriores. Precisamente su última edición asegurada será en 2024, que es cuando finaliza el contrato actual entre la GSMA y las administraciones públicas locales, regional y central, si bien los organizadores se muestran, salvo imprevistos, dispuestos a renovar una alianza que no solo trae negocio a la ciudad durante los días del congreso, sino que ha contribuido a que Barcelona sea un *hub* tecnológico internacional.

Respecto a la Copa América de Vela, Barcelona la ha hecho suya en un tiempo récord, con una candidatura elaborada a contrarreloj y a iniciativa de una asociación multidisciplinar que tiene como objetivo la proyección positiva de la ciudad: Barcelona Global. Junto al apoyo de las autoridades locales y autonómicas se ha impuesto sin apenas discusión al resto de candidatas: los organizadores reconocían que la elección había sido fácil por la calidez y flexibilidad que les habían ofrecido a la hora de organizar un evento que dura unos meses, pero cuyos preparativos se prolongan durante casi dos años.

Acoger el tercer mayor evento deportivo global tras los Juegos Olímpicos y el Mundial de Fútbol en audiencias e impacto local no es barato, ya que la candidatura de la ciudad ha aportado 70 millones de euros, pero espera un retorno de 1.000. Cabe destacar que 25 millones son avales aportados de su bolsillo por empresarios catalanes, que muchas veces lamentan que las administraciones no les tengan en cuenta en otros temas.



### EL PERSONAJE



Pau Riba

Artista y escritor

Pau Riba murió el 6 de marzo víctima de un cáncer de páncreas que negó hasta que ya era demasiado tarde. Riba fue uno de esos artistas que será recordado por su arte libre, a veces contracultural e irreverente. Músico y escritor que combinaba un talento innato con un personaje que lo encumbró en el escenario cultural catalán. Siempre ajeno a modas y con cierto desdén por el trabajo duro, reivindicando la pereza y el movimiento *hippie*. Hasta el final de sus días vivió su forma de ver la vida y prueba de ello es *La història de la música*, un libro póstumo.

### LA CIFRA

# 2.089

millones de euros

La Generalitat de Catalunya pidió al Gobierno 2.089 millones de euros de los fondos europeos Next Generation para financiar los tres ejes que considera emblemáticos: infraestructuras, tecnología y medio ambiente. Con esta ayuda, calcula que podrán impulsarse inversiones por valor de 5.200 millones de euros. El eje de infraestructuras necesitaría 860 millones, 673 millones el de tecnología y otros 556 millones el de medio ambiente. Estas cifras son resultado de la petición del Gobierno a las autonomías de que propusiesen tre proyectos prioritarios.

### El retuiteo



"2021- Aragonès planta a los responsables de Seat que tenían que decidir donde se instalaba la fábrica de baterías. 2022- Los responsables de Seat deciden que se instale en Sagunto, Valencia. El proceso."

@J\_Zaragoza\_, diputado del PSC, tras conocerse que el Grupo Volkswagen invertirá 7.000 millones en España y levantará la planta de baterías en Sagunto y no en Catalunya, aludiendo a la falta de interés del *Govern* y sus desplantes a los dirigentes del grupo.