

MUNDO  
EMPRESARIAL

## ESTAL PACKAGING

## Expansión en Sudamérica

■ Estal Packaging, de Girona, ha desembarcado en Sudamérica con una apuesta por Guatemala, Nicaragua, República Dominicana, Cuba y Puerto Rico, donde comercializará envases para productores de ron, y prevé expandirse en Colombia y Brasil con soluciones de packaging para destilados como la cachaza. Estal prevé aumentar ventas un 12%. / Redacción

## CONSERVAS ESPINALER

## Nueva imagen para la expansión internacional

■ Espinaler, empresa de conservas y aperitivos surgida de la reconocida taberna de Vilassar de Mar creada en 1896, ha renovado su imagen con el logotipo de una espina sonriente, también del ilustrador Josep Maria Cardona. La renovación coincide con la expansión internacional de la empresa, que ha abierto franquicias en Tokio y Hong Kong. / Redacción



Cardona firma el diseño

## GESTIÓN FERROVIARIA, PUERTOS Y AEROPUERTOS

## La UE pide más competencia en puertos

■ El Parlamento Europeo aprobó ayer un informe que llama a los gobiernos a “aumentar la competencia y mejorar la calidad de los servicios” en el sector ferroviario, puertos y aeropuertos “en especial allí donde su gestión es un monopolio del Estado central”. El llamamiento es fruto de una enmienda plan-

teada por el eurodiputado Ramon Tremosa (Convergencia), que cree que Europa da así “un aviso claro al PP y el PSOE de que el Estado español no puede seguir con un modelo de gestión aeroportuaria propio del siglo XIX”. El texto figura en un informe no vinculante de la Eurocámara sobre Competencia. / B.N.

# Operación contra el pescado ‘en negro’ en Mercabarna

Los Mossos registraron 23 puestos y 10 oficinas de mayoristas

PIERGIORGIO SANDRI  
Barcelona

Un grupo de funcionarios de Agencia Tributaria inspeccionó ayer a una veintena de sociedades mayoristas de venta de pescado que operan en el mercado barcelonés, en una operación que ha sido bautizada como White. Más de un centenar de funcionarios de la AEAT, con la colaboración de los Mossos d'Esquadra, registraron 23 puestos y 10 oficinas de los mayoristas, que estiman que podrían haber hecho el 30% de las ventas *en negro*, es decir sin declarar. Esto habría sido posible gracias a un programa informático que permi-



ANDREU DALMAU / EFE

Registro de la AEAT en Mercabarna

tía ocultar parte de las transacciones. En concreto, los datos sobre ventas se introducían en el servidor informático de cada una de las sociedades a través de pantallas táctiles situadas en los puestos, identificando con una serie de códigos concretos aquellas ventas que se ocultaban en la contabilidad y en las correspondientes declaraciones tributarias. Las sociedades inspeccionadas declararon una facturación de 300 millones de euros el año pasado y unos márgenes netos de beneficios sobre ventas anormalmente bajos, que en raras ocasiones superaban el 1,5%, lo que despertó sospechas.●

## Supsa facturó 124 millones, un 2,2% más

BARCELONA Redacción

La cadena Supsa Supermercat Pujol, con fuerte implantación en la provincia de Lleida, cerró el año pasado con una facturación de 124 millones de euros, un 2,2% más que el ejercicio anterior. La compañía, que cuenta con 70 establecimientos y cuya marca principal es Plusfresc, asegura en un comunicado que para este año se propone continuar implantando su nueva imagen, ampliar las secciones de pescado y carne en sus puntos de



ARCHIVO

Francisco González, director general

venta y continuar con su expansión. Supsa precisa que, en términos de superficie comparable, la compañía creció un 0,5% y que lidera la superficie de venta en la provincia de Lleida, con una cuota de mercado del 18,75%. Además, la firma tiene presencia en Tarragona, Barcelona, l'Hospitalet de Llobregat, Manresa y la Franja de Ponent. La compañía, propiedad de la familia Pujol-Oncins y que dirige Francisco González, cuenta con una plantilla de mil trabajadores.

EL  
MURMULLO

Mar Galtés



## El círculo de los cupones

La fusión de Groupalia y Offerum pone un punto y seguido al *boom* que se inició en el 2010 con el nuevo modelo de negocio de cupones creado por Groupon y que propició, también en Barcelona, una burbuja de imitadores aspirantes a ser adquiridos. Miguel Vicente creó LetsBonus. Los fundadores de Privalia, Carné y Villanueva, La Caixa y Nauta, lanzaron Groupalia. Otro inversor inicial de Privalia, Cabiedes, impulsó Offerum.

Los creadores de Offerum reconocieron su intención inicial de vendérsela a Groupon, pero ésta adquirió CityDeal. “Y nos centramos en hacer funcionar el negocio”. LetsBonus y Groupalia optaron por la expansión en Latinoamérica. Pero el mercado cambió, y tuvieron que replegarse. LivingSocial (que pagó una estratosférica cifra nunca publicada) se retiró hace unas semanas de LetsBonus. En Groupalia (que por el camino consumió 50 millones) los fondos americanos se fueron en 2014 y Nauta y La Caixa ejecutaron el ajuste.

Ahora los cupones han tocado techo, y se reconvierten en servicios de promoción on line para los comercios tradicionales. Diez años después de que La Caixa, Nauta y Cabiedes invirtieran en Privalia, en la que fue una de las primeras grandes apuestas por el comercio electrónico en España, los tres se vuelven a encontrar en el consejo de la nueva Groupalia-Offerum. “Eso ha hecho más fácil y segura la fusión”, dijo un buen conocedor. Son dos empresas que ya están en beneficio operativo. “Quien no lo esté, ya llega tarde”. Quedan más actores sueltos. Pero la época de contar usuarios a bulto, y a pérdida, ha pasado a la historia. Y la inversión para innovar es más necesaria que nunca.



## Cada domingo con La Vanguardia

Nuevo suplemento dominical con más ideas, ocio, compras, inspiración, entrevistas, reportajes, ciencia, viajes, moda, belleza, bienestar, gastronomía, decoración, arte, cócteles...  
Todo para desconectar.

LA VANGUARDIA