

MUNDO EMPRESARIAL

CONECTOR

Nueve proyectos entran en la aceleradora

■ Conector inicia la sexta edición de su programa de aceleración en Barcelona, en el que participan nueve *start-up* (ePick, LactApp, iAmarre, Naak Time, Nested, Runnerbox, SkoolPoint, Sphera Sports, Yuwood). Conector, fundada por Carlos Blanco, Gerard Olivé, Marc Ros, Marc Vidal, Miguel Vicente, Risto Mejide, Xavier Verdaguer y Eli Martínez, ha fichado nuevos mentores como Dídac Lee o Sergio Balcells. / Redacción

FIGUERAS SEATING

Diseño de suelo y butacas del teatro Alhambra de Ginebra

■ Figueras Seating, compañía especializada en butacas y sistemas de asientos móviles para espacios públicos, acaba de participar en la reconversión del histórico teatro Alhambra de Ginebra en sala de conciertos. La barcelonesa ha aportado un suelo móvil para la sala, que podrá acoger hasta 8 configuraciones diferentes. El proyecto ha sido liderado por el grupo de arquitectos Architech. / Redacción

COCA-COLA IBERIAN PARTNERS

El Supremo valida el ERE y pone fin a la reestructuración

■ El Tribunal Supremo ha confirmado la validez de las medidas de flexibilidad interna ofrecidas por Coca-Cola Iberian Partners a los trabajadores de sus siete plantas embotelladoras en España, ahora integradas. La sentencia sostiene que Coca-Cola informó de su decisión a los trabajadores y recoge la comunicación en la que instaba a los empleados a acogerse a dichas medidas, lo que se saldó en 262 bajas, 323 prejubilaciones y 327 traslados. Mientras, los despidos en los centros de Fuenlabrada, Asturias, Alicante y

Palma ascendieron a 236, correspondientes a los empleados que no se adscribieron al plan. El Supremo recuerda además que la Audiencia Nacional ya refrendó las decisiones adoptadas por Coca-Cola y descartó la nulidad de este proceso de despido colectivo al considerar que "es perfectamente lícito negociar todo tipo de medidas". Así, la justicia avala de forma definitiva el papel de Coca-Cola después de que la Audiencia concluyese que la readmisión de los afectados en Fuenlabrada fue "regular". / Efe

Privalia, ¿cambio de ciclo?

Medios franceses apuntan a una concentración liderada por Vente Privée

MAR GALTÉS
Barcelona

Vente Privée se inventó en el 2001 la categoría de las ventas flash con descuento por internet. Privalia, en el 2006, fue una de las numerosas copias que nacieron a rebufo: diez años después se ha consolidado como líder en España e Italia, además de Brasil y México. Hace unos días el diario francés *La Tribune* publicó que Vente Privée, liderada por el visionario y excéntrico empresario Jacques-Antoine Granjon, prepara una oferta para adquirir Privalia por unos 500 millones.

Tanto Privalia como Vente Privée han desmentido la operación. Sin embargo, fuentes próximas a ambas compañías y al sector consideran que tendría todo el sentido del mundo. Primero, porque el boom ya pasó, y el crecimiento del mercado es más limitado, y las empresas que quedan priorizan la rentabilidad. Esta consolidación daría lugar a un gran líder europeo: Vente Privée no tuvo la suerte esperada en EE.UU., y puestos a fortalecerse en Europa, España e Italia son muy activos en moda. En



Lucas Carné y J.M. Villanueva

el 2015, Vente Privée facturó 2.000 millones; vende en ocho países europeos, y está participada por los fundadores, Qatar Holding y Summit Partners.

Segundo, porque Privalia tiene como principales accionistas, además de los fundadores Lucas Carné y José Manuel Villanueva, a Nauta, Caixa Capital Rise, Highland, General Atlantic, Insight, Index y Sofina, que en siete rondas inyectaron cerca de 200 millones. Los *venture capital* tienen su ciclo de inversión, y hace años que buscan rentabilizarla. Años atrás, Privalia sondeó una salida a bolsa. Ahora la situación es diferente. En el 2014 facturó 415 millones, con ebitda de 11,7 millones. Los resultados del 2015 se verán afectados por la depreciación que se realizó de la filial alemana vendida Dress for Less; pero la evolución del negocio era positiva: hasta junio del 2015, ingresos y ebitda crecieron casi al 20%.

Desde siempre, todos los competidores se han observado de cerca. También se ha hablado de Showroomprivée, Zaland... En ningún caso hay confirmación. Pero los inversores necesitan mover su dinero. Y cuando el río suena...●

EL MURMULLO



Jordi Goula

Vender un 32% al exterior

La industria catalana vendió al exterior un 32% del volumen total en el año 2014, lo que supone un salto muy importante respecto al porcentaje que representaba en el año que empezó la crisis (2007), cuando era del 27%. En estos años, las ventas internas en Catalunya se han mantenido en el 30%, mientras las que se realizan al resto de España han bajado cinco puntos porcentuales, del 43 al 38%. Esta es una de las conclusiones que pueden extraerse de la encuesta industrial de empresas, que ayer hizo pública el Idescat. Supone una de las radiografías más completas sobre la red industrial de Catalunya, con el inconveniente

El alimentario se consolida como sector líder industrial con el 18% del total

del retraso en que aparece, ya que los datos son del 2014 y con la rapidez que se producen los cambios, probablemente ya habrá variado en el caso del 2015. Con todo, es útil para seguir la tendencia. Por ejemplo, se puede comprobar cómo la cifra de microempresas cae respecto al año anterior y suben ligeramente las empresas que emplean a más de 50 trabajadores. También puede comprobarse cómo un año más el alimentario se consolida en el liderato de la cifra de negocio del sector industrial, con un 18% del total, seguido del químico, con un 13%, el automóvil (12%) y la producción y distribución de energía y gas (11%). Entre los cuatro aportan más de la mitad de la facturación industrial catalana.

Espinaler llega a EE.UU. con Ondarrea Foods

B. GISPERT Barcelona

La firma centenaria de conservas Espinaler acaba de cerrar un acuerdo con la distribuidora Ondarrea Foods con el objetivo de introducir sus productos en Estados Unidos.

Miquel Tapias, gerente y cuarta generación de la compañía de Vilassar de Mar (Barcelona), asegura que los productos ya se pue-

den encontrar en varios locales de Nueva York, Carolina del Norte, Washington y Florida y que próximamente llegarán al resto del país norteamericano".

La empresa familiar, conocida por su histórica salsa, dio el salto al mercado internacional en el 2012. Empezó por Francia y después llegó a Tokio con la apertura de una tienda física en el 2014. Ahora, ya está presen-



Miquel Tapias y sus hijos

te en más de 25 países entre Europa, Asia y Oceanía.

Esta expansión coincide con los mejores resultados de la historia de la compañía, que superó los 13 millones de euros en facturación durante el 2015 y que experimentó un crecimiento del 117% en el ámbito de las exportaciones.

La familia Tapias prevé ahora introducir sus productos en Taiwán.●

P L B R S

Jordi Fotuny - "A menudo dicen más de lo que quieren decir."



LA VANGUARDIA

DESCARGA GRATIS LA APP
Crucigramasapp.com

