



# L'economic

leconomic.cat

ANY 1 | NÚMERO 18 | DEL 20 AL 26 DE NOVEMBRE DEL 2010

2€

EL FUTUR DE LA COMUNICACIÓ PÀGINA 21

## PREMSA DE PAPER O DIGITAL?

El sector dels mitjans de comunicació, en plena transformació, preveu que el 2020 més del 50% dels ingressos vindran pel canal internet



TURISME PÀGINA 18

## Operadors russos trien Catalunya per fer-hi complexos turístics

**EL CAMP ES TROBA EN UNA CRUÏLLA**

# Els pagesos, en perill d'extinció

La globalització i la desaparició dels marges amenacen la supervivència d'uns 60.000 agricultors i el model en què es basa la dieta mediterrània

Pàgines 2-4



JOAN GASPART, TURISME BARCELONA PÀGINES 14-15

**“El nombre de visites a la Sagrada Família es doblarà i ens hem de preparar”**



MOBLES PÀGINA 5

**Kibuc inicia l'expansió per arribar a les 200 botigues a tot l'Estat**

L'assistència informàtica que necessites des de **100€/mes**

 **efimatica**

www.efimatica.com - Tel. 972 411 600  
Pg. Gral. Mendoza 1, 5a planta - 17002 Girona

**Voleu vendre més?**  
La vostra botiga online des de **50€/mes**



# LA PAGESIA, EN DIFÍCIL EQUILIBRI

**CRUÏLLA DE CAMINS.** La Generalitat adverteix els pagesos que el sector està en un moment de transformació i que s'ha de reinventar. **MOLT PREOCUPATS.** Tots els representants del món agrari encenen el llum vermell i asseguren que ho tenen difícil per sobreviure

ANDREU MAS  
BARCELONA

La crisi econòmica està malmetent tots els sectors productius, i l'àmbit rural i agrari no n'és cap excepció. El problema rau que, a banda de la situació conjuntural que afecta totes les economies, la pagesia arrossega la pròpia crisi estructural, que aboca els productors a una lenta agonia denunciada amb insistència pels diversos representants sindicals del món rural. Des de l'administració, amb la qual els sindicats són radicalment crítics, es transmet el missatge que ha arribat el moment que el sector es reinventi, perquè la globalització els empeny a una transformació que abans ja han experimentat altres branques productives. La conselleria d'Agricultura apunta dues vies de futur per sortir del cul-de-sac: la innovació i l'exportació. Els productors sembla que no s'hi acabin de veure amb cor.

Les xifres parlen per si mateixes, i possiblement la dada més rellevant l'aporta l'Enquesta de Població Activa (EPA). El 1976, la població agrària ocupada a Catalunya era de 160.500 persones. El 2009, el nombre s'havia reduït a només 57.900. És evident, doncs, que el sector viu des de fa anys un procés de reestructuració marcat per diverses circumstàncies: no hi ha pràcticament relleu generacional a les explotacions familiars, s'incorporen a les feines dels diversos subsectors de l'agricultura menys joves dels que en marxen, la modernització de les instal·lacions ha fet reduir la necessitat de mà d'obra, les explotacions més petites desapareixen, i el volum es concentra en poques mans.

D'altra banda, la globalització afecta negativament la pagesia. La demanda s'ha concentrat en unes quantes multinacionals, que se situen en una posició de domini respecte dels productors, fins al punt que els imposen els preus, quan habitualment el procés és a la inversa.

La dispersió actual de productors, que són incapaços de posar-se d'acord per defensar els seus interessos, fa que siguin una joguina manipulable a les mans dels únics que els poden comprar el producte. D'altra banda, la lliure circulació de productes ha introduït en el mercat català fruita, vins, cereals i un llarg etcètera de productes arribats d'altres continents, amb uns preus molt competitius. Els productors catalans es queixen, i amb raó, que aquests productes tenen millors preus perquè queden exempts de la dura normativa europea de qualitat, que obliga els productors del país a fer una ingent despesa per garantir qualitat, salubritat i respecte pel medi. És en aquest cas

## L'agricultura, un sector amb poc futur per als joves

Un col·lectiu que veu amb preocupació el seu futur en l'àmbit agrari és el dels joves. Malgrat que segons una enquesta de l'Institut Opinòmetre els joves que viuen en un àmbit rural són més emprenedors que els de ciutat, el cert és que la situació econòmica no els estimula a crear nous negocis. Antoni Bonfill, coordinador nacional de la Unió de Joves Pagesos, ho diu ben clarament: "Cada vegada quedem menys joves als pobles, i amb el temps la incorporació dels joves serà menor". Apunta dues raons: la impossibilitat de portar a terme el relleu generacional en les explotacions familiars -perquè no es genera volum de negoci per fer-lo possible- i l'escassa percepció de rendibilitat dels negocis al camp. Una dada de l'enquesta esmentada anteriorment rebla el clau: el 53% dels catalans no perceben l'agricultura com una activitat amb futur.

que reclamen a les autoritats comunitàries més rigor legislatiu a l'hora d'impedir una competència que es podria qualificar de deslleial si no fos que, com diu Joan Caball, coordinador nacional de la Unió de Pagesos, "ens la deixem fer".

**TOT DE PROBLEMES.** Si a aquesta situació hi afegim l'augment del preu de les matèries primeres, que, entre altres coses, ha fet incrementar el preu del pinso, i la caiguda del mercat intern estatal per la crisi, el panorama és dramàtic i porta Joan Caball i també Josep Maria Jové a afirmar amb rotunditat que "la pagesia està en

“

**Com estan les coses, és impossible iniciar un negoci al camp si no tens diners**

ANTONI BONFILL  
UNIÓ DE JOVES PAGESOS

risc de desaparició".

Xavier Castella, secretari general del Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural, no amaga les dificultats que travessa el sector, per bé que matisa que no tots els subsectors que componen el paquet agrari estan en la mateixa situació. Segons Castella, la ramaderia es manté gràcies a l'exportació, i el sector de la fruita tancarà bé la campanya malgrat les dificultats dels darrers mesos. El sector porcí experimenta una forta davallada i se situa clarament amb pèrdues, la vinya està patint molt, perquè es paguen preus molt baixos al productor final i el mercat interior està estancat, i pel que fa al sector oleícola, fa un parell d'anys que té un excés de producció i uns preus molt baixos. En aquesta nova campanya la reducció de la producció, però, ha ajudat a estabilitzar els

preus.

Amb tot, Castella prova de fer l'exercici d'oferir solucions de futur, que, segons creu, comporten que l'administració catalana ajudi les empreses del país en el procés d'internacionalització i que hi hagi un procés de transferència tecnològica que permeti reduir costos als productors i fer més eficients els conreus. En aquest sentit, considera fonamentals els recursos invertits en l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentària (IRTA), en Prodeca, la companyia que promou l'exportació de productes catalans, i en la modernització de la xarxa de regadius, que permet multiplicar per set la rendibilitat d'un conreu. A més, Castella considera que la Generalitat ha de pressionar l'Estat perquè faci sentir la seva veu a Europa i posi fi a la competència dels productors extracomunitaris, alhora que considera que el Departament d'Agricultura ha d'invertir en xarxes d'assegurances per als pagesos i per garantir-los finançament en moments de crisi.

**PROXIMITAT.** Tant Castella com els representants sindicals de la pagesia coincideixen que una petita part de la necessària remuntada del sector comporta la creació

## El cooperativisme, una clau

Xavier Castella, secretari general del Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural, considera que el futur de les explotacions agràries de tota mena comporta unir esforços. Josep Pere Colat, president de la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya (FCAC), és rotund: "El futur de la pagesia és el món cooperatiu". Colat manté que aquest és l'únic sistema que garanteix "eliminar els intermediaris i poder afrontar amb garanties



El febrer passat els pagesos es van manifestar a

d'una xarxa d'establiments de proximitat que permeti als productors vendre directament als seus clients i que ajudi a posar en valor els productes catalans.

Actualment ja hi ha molts productors que s'han decantat per aquesta opció com a mitjà complementari per rendibilitzar les seves explotacions; és el cas dels ramaders, que han obert punts de dispensació automàtica de llet, sobretot a les comarques gironines i a la Catalunya central. Ara bé, els ramaders que disposen de més caps de bestiar reconeixen

el repte de dedicar-se a la venda directa". Una venda que, d'altra banda, permetria als productors disposar de liquiditat.

El president de la FCAC denuncia que hi ha empreses que paguen els productors fins a 210 dies després de la data d'emissió de la factura. Antoni Bonfill, coordinador nacional d'Unió de Joves Pagesos, comparteix l'interès de Colat per les cooperatives, però alerta que "s'han de saber portar".





Barcelona per demanar preus justos per a la seva producció. TONI GARRIGA

que aquesta és una activitat complementària, i no pas una línia de negoci que els supleixi les altres.

També han proliferat darrerament les botigues de productes ecològics –fruita i verdura que no són tractades amb pesticides ni altres productes químics–, aprofitant l'interès dels consumidors per la dieta sana i mediterrània.



**El futur de la pagesia és el món cooperatiu, que és l'únic que dona garanties**

JOSEP PERE COLAT  
PRESIDENT DE LA FCAC

Són les anomenades agrobotigues, habitualment lligades a cooperatives de productors de diverses especialitats. Una mena de botigues de delicadeses de productes de la terra.

**NOVA LEGISLATURA EUROPEA.** Just en aquest moment de cruïlla, en què els pagesos han de decidir si uneixen esforços, si abandonen definitivament el mercat o es modernitzen, la Comissió Europea

#### LES XIFRES

**3,8%**

##### Pes del sector agrari

Aquest és el pes del sector agrari i de la indústria alimentària sobre el VAB de la indústria catalana.

**1.368 M€**

##### Renda agrària

Renda agrària o valor afegit net de l'agricultura catalana el 2008.

**55**

##### explotacions agràries

és el nombre d'explotacions agràries a Catalunya el 2007.

**27%**

##### Àrees de conreu

Terreny conreat a Catalunya, segons dades del 2008.

**57.900**

##### persones ocupades en l'àmbit agrari

Segons l'Enquesta de Població Activa, el 2009 fins a 57.900 persones integren la població agrària catalana.

anuncia l'inici d'un debat llargament esperat: la Política Agrícola Comuna, coneguda amb la sigla PAC. Aquest dijous, la Comissió Europea va donar a conèixer un document marc que fixarà les bases de la política comuna en l'àmbit agrícola a partir del 2013 i que promet ser un document controvertit.

La Comissió Europea el va presentar com un mecanisme "per assolir un sector agrari europeu més dinàmic, competitiu i eficaç, i per estimular un creixement sostenible, intel·ligent i incl·lusiu". La Comissió proposa tres camins per continuar la reforma; unes idees que s'hauran de debatre a fons. No serà fins després d'aquest debat, que la Comissió presentarà propostes legislatives formals. El calendari que proposa és a mitjan 2011. En tot cas, les línies mestres de la PAC són: garantir una producció alimentària viable, fer una gestió sostenible dels recursos naturals i mantenir l'equilibri territorial i de la diversitat de les zones rurals.

Mentre que les JARC han celebrat que el document reconeix el paper estratègic de l'agricultura com a productora d'aliments, des de la FCAC han alertat que la nova política europea podria comportar unes pèrdues de 40 milions a 60 milions d'euros a Catalunya.

## Josep Maria Jové

PRESIDENT DEL SINDICAT JARC

**“No hi ha cap productor que vengui a un preu rendible”**

A.M. BARCELONA

Josep Maria Jové és el president del sindicat Joves Agricultors i Ramaders de Catalunya (JARC). Comparteix amb el coordinador general de la Unió de Pagesos la visió pessimista del futur del camp català.

#### Com qualificaria la situació dels pagesos a Catalunya?

La pagesia viu un moment molt difícil. S'han de prendre decisions amb urgència, perquè aquest és un sector estratègic que pot acabar malament.

#### Quines decisions cal prendre?

El nostre principal problema és el preu. Avui no hi ha cap productor que pugui vendre el seu conreu a un preu rendible. Si això continua d'aquesta manera, les empreses, perquè nosaltres no deixem de ser empresaris, hauran d'anar tancant.

#### El problema és el preu de les primeres matèries o el que els paguen els intermediaris?

S'ajunten totes dues coses: els costos han augmentat i, d'altra banda, malgrat que som productors, no podem fixar el preu del que venem! El mercat és a les mans de quatre compradors, i nosaltres estem desorganitzats; a l'hora de vendre estem perduts. O ens agrupem els que venem i ens dotem de les mateixes armes que els que ens compren, o no hi tenim res a fer.

#### Veu factible una unió dels pagesos per ser més forts?

Els pagesos són molt poc receptius a anar junts, però totes les coses tenen un punt final: o canviem la relació de poder o això acabarà malament.

#### Les marques pròpies de les grans superfícies els fan mal.

Estan fent molt de mal al sector productor. Arriben a vendre per sota del preu de cost.

#### El futur de la pagesia és la venda de proximitat?

La venda directa és una de les



Josep Maria Jové. L'ECONÒMIC

possibilitats que hi ha, però el que és important és que el pagès pugui arribar tan enllà com sigui possible en la cadena alimentària. Fins ara només ens hem preocupat de produir, i després hem abandonat el producte de qualsevol manera, sense fer-ne cap mena de seguiment. El pagès ha de fer alguna cosa més que produir aliments. Hem de canviar també la relació entre el pagès i el consumidor, que ha de saber que molts productes arriben a encarrir-se un cinc-cents per cent.

#### Cal reformar la llei de comerç?

Cal una reforma de les lleis que regulen la cadena alimentària. Tenim una comissió de la competència que està fent la vida impossible al sector agrari i ramader. Fins i tot arriba a qüestionar les llotges, però calla quan les quatre grans superfícies que controlen les compres es posen d'acord en els preus de compra als productors.

#### El camp perd els joves?

Cada cop és més difícil que el jove s'incorpori a l'agricultura, perquè ningú pot saber abans de començar si el negoci serà viable. No és una feina estable.



## FOCUS

**DUES VISIONS D'UN PROBLEMA.** Ara com ara hi ha dues visions confrontades sobre els problemes del camp. Aquestes contradiccions han generat en els últims temps un dur enfrontament entre el sindicat majoritari, Unió de Pagesos, i la conselleria d'Agricultura. Els pagesos reclamen atenció, els polítics els demanen més flexibilitat. **Per Andreu Mas**

## Joan Caball

COORDINADOR GENERAL DE LA UNIÓ DE PAGESOS

# “Catalunya necessita una política agrària pròpia”

**J**oan Caball representa el sindicat agrari majoritari a Catalunya. Alerta de la difícil situació de la pagesia catalana i crítica fort l'administració catalana.

**Quina és la situació del món de la pagesia avui?**

És un moment difícil per la baixada de preus, a causa de la situació de domini que exerceixen els quatre que controlen la demanda; i per l'augment de costos de producció en el sector agrari i per la falta de resposta dels responsables polítics. Sembla que l'agricultura i l'alimentació no són una prioritat per als governants.

**Les relacions amb la conselleria han estat difícils.**

Perquè no ens donen respostes. Els polítics han d'assumir les seves responsabilitats i posar-les davant de la pertinença a un partit o a un govern. El conseller Llena no ha fet de conseller d'Agricultura.

**No s'ha mullat prou?**

S'ha mullat molt poc. Bàsicament ha anat repetint tòpics: que si la globalització, que si no es pot fer res... Però es poden fer coses; per exemple, posar fi a la competència deslleial dels productes de fora de la UE que no han de passar els controls que se'ns exigeix a nosaltres. També ens podien ajudar a posar fi a la posició de domini de les grans superfícies; contribuir a promoure els productes de casa nostra i fer complir les normes d'identificació correcta. Tot això és acció de govern que demana tenir-ho clar. L'únic



Joan Caball es mostra molt crític amb l'administració. M.L.



**El conseller Llena no ha fet de conseller d'Agricultura; no s'ha mullat prou**

que ha tingut clar és escoltar l'agroindústria, que té una visió de curta volada.

**Diu que els polítics no consideren l'agricultura una sector estratègic.**

I els fets ens donen la raó. L'alimentació és un sector prioritari. Hem de garantir que tothom pugui menjar a Europa amb garanties. Però defugen la seva responsabilitat.

**L'ocupació al camp ha baixat en un any un 11%.** És el resultat de l'abús de la posició de domini de les grans cadenes de distribució, que ofereixen el producte un 40% més car del

preu que paguen al productor. Això fa que molta gent plegui i altra no s'incorpori al sector perquè no ho veu clar. A Catalunya li cal una política agrària pròpia, sense menystenir el que pugui venir de la resta de l'Estat o Europa. No es parla amb els pagesos, ni es preocupen que n'hi hagi quants més millor.

**Com es posa fi a l'abús de poder majorista?**

Primer hem de fer complir la llei. L'abús de poder està tipificat com a comportament no legal dins la legislació de comerç. La pregunta és per què no s'actua? Per què són molt poderosos? La llei ha de ser igual per a tothom.

**El futur és la venda directa, com han fet alguns ramaders amb la llet?**

La venda directa és una part de la solució. Hauria d'augmentar un 5% més que ara. Segur que, poc o molt, condicionaria els majoristes. També hem de guanyar valor afegit.

## Xavier Castella

SECRETARI GENERAL DEL DEPARTAMENT D'AGRICULTURA

# “Per superar les dificultats el futur està en l'exportació”

**X**avier Castella respon en nom del conseller Joaquim Llena als retrets d'Unió de Pagesos i defensa les polítiques de la conselleria.

**Quina és la situació del món de la pagesia avui?**

Hi ha una crisi sense precedents que afecta tots els sectors productius, també l'agrari. Ara bé, hi ha uns disset subsectors, dins aquest àmbit, i la crisi no els ha afectat tots igual. Molts pateixen la pujada de les matèries primeres. Per superar les dificultats el futur està en l'exportació.

**Els pagesos alerten que poden desaparèixer...**

La superfície agrària útil dels darrers 10 anys no ha variat. Ha disminuït el nombre d'explotacions, però no la superfície conreada. Les explotacions s'estan fent més grans i, per tant, més competitives. És cert el discurs que la pagesia està desapareixent, que les explotacions familiars petites poden no tenir futur, però és per l'aparició d'explotacions més modernes.

**Diuen que les grans superfícies els escanyen.**

Hi ha un procés de concentració de la distribució a l'Estat espanyol, que juga a la contra de l'oferta. Per això animem el sector a concentrar l'oferta. Apostem, també, per la transparència de la informació al mercat; que se sàpiga quins marges té cadascú, per això hem creat l'Observatori de Preus. Volem que parlin uns i altres. Les grans superfícies han de saber que escanyar els seus prove-



Xavier Castella, secretari general de la conselleria. A.M.



**El conseller Llena ha estat brillant ampliant les competències de la conselleria**

ïdors no els porta enlloc.

**La solució per als productors és la venda directa?**

Aquesta és una sortida possible, però té un límit. A Catalunya hi ha un 3,5% de venda directa, com a màxim pot arribar al 10%. És molt difícil fer arribar tots els productes de proximitat a un ciutadà, per exemple, de Barcelona, que al final va a buscar la majoria de productes a un sol punt perquè li és més fàcil.

**Es modernitzen, però els productors de fora de la UE no els controlen tant.** Els pagesos catalans tenen tota la raó del món.

**Què ha passat amb la relació amb Unió de Pagesos?**

La relació ha estat molt correcta. Hi va haver tensió quan UP no va aconseguir que l'Estat la reconegués com a interlocutor, tot i que per nosaltres ho és. Van creure que no els donàvem prou suport. Aquella situació es va reconduir. Les discrepàncies són sanes.

**Caball diu que el conseller no s'ha mullat prou.**

El conseller Llena ha fet una cosa brillant, que ha estat ampliar les competències de la conselleria. Ha ampliat el concepte d'agricultura a l'alimentació, a l'agroindústria, al desenvolupament rural del país. Siets purament agrarista et sents diluït, però és una visió equivocada.

**Es queixen que el govern no té en compte el valor estratègic de l'agricultura.** Hem de reflexionar si no hem estat capaços d'explícit-ho bé, tot i que ens n'hem fet un fart.

# Kibuc obrirà una gran botiga a Barcelona a finals de l'any vinent

**EXPANSIÓ.** Amb l'obertura d'un nou centre de 2.500 m<sup>2</sup> a la capital catalana, la marca de mobles vol emprendre una gran expansió per Espanya i arribar a 200 botigues. **INNOVAR.** El creixement passa per la creació de nous conceptes

JORDI GARRIGA  
CORNELLÀ DE LLOBREGAT

La cadena de mobles de disseny Kibuc no vol encomanar-se dels efectes depriments de la crisi i es disposa a fer un gran salt endavant que l'ha de dur a obrir a curt termini, com a màxim a finals de l'any vinent, un gran centre de venda i exposició a Barcelona, que ha d'esdevenir, en paraules del president de l'empresa, Xavier Soria, "el temple on mostrarem al mercat totes les innovacions que volem incorporar en la nova generació de productes".

Amb la col·laboració d'Acció, Kibuc ha desenvolupat al llarg dels darrers dotze mesos un pla estratègic per "redefinir el model de negoci i així poder tornar a encertar-la a l'hora d'esbrinar què vol el consumidor, i captar necessitats que aquest no ha pogut resoldre". En el nou centre, que serà el capdavanter de la xarxa de franquícies de la marca (77 arreu de l'Estat), la marca materialitzarà algunes de les idees en què està treballant actualment, com ara mobles multifuncionals, la incorporació de tecnologies diverses en el mobiliari o fer que l'ecologia sigui un eix dinàmic en la creació de nous productes.

**MÉS QUE UNA BOTIGA.** A partir del nou centre que s'obrirà a Barcelona, Kibuc també vol reformular a fons la funció dels centres de venda, perquè a partir d'ara "es basin molt en l'experiència i vinguin co-neixement: la persona està molt condicionada pels objectes de casa seva, i nosaltres li hem de fer veure que si pot canviar alguns patrons millorarà la seva qualitat de vida". Com diu, rotund, "és fonamental que a casa teva, sobretot en els moments més complicats de la teva vida, hi estiguis a gust, i per assolir aquest estat hi poden tenir molt a

## KIBUC

### VENDES

87 M€

### BOTIGUES

77

### ANY DE FUNDACIÓ

1993

● Kibuc desplega 77 establiments comercials arreu de l'Estat espanyol, i en la seva activitat comercial, a banda de Catalunya i sobretot l'àrea metropolitana de Barcelona, els mercats en què el producte Kibuc ha trobat més acceptació són els del centre, el vessant mediterrani i el País Basc. Darrerament, la marca també s'ha donat a conèixer a Galícia.



Xavier Soria, president de Kibuc, a la botiga de Cornellà de Llobregat. ROBERT RAMOS

veure els mobles".

Soria insisteix que els seus franquiciats no són simples venedors, sinó interioristes que no en tenen prou de vendre mobles: "Anem a casa del client i hi prenem mesures, però a més a més acabem fent de psicòleg, amb consells com ara separar els fills en habitacions diferents".

A banda de l'obertura de

la nova gran botiga a Barcelona, Kibuc vol desplegar en els pròxims dos anys un pla d'expansió que suposarà mantenir de 150 a 200 botigues obertes arreu de l'Estat espanyol. La possibilitat de sortir a altres mercats entraria ja en el mitjà termini.

Ara, el repte fonamental, en què pensen una trentena dels empresaris franqui-

ciats que formen part de la xarxa Kibuc, és inventar nous conceptes de producte. Així, està previst trobar el suport de marques d'altres rams d'activitat, com ara el tèxtil, per crear nous productes o, dins del tarannà ambientalista, veure les possibilitats que tindria reciclar mobles vells en un nou cicle de vida de producte i convertir-los, per

exemple, en parquet. També es voldrien treballar, a partir de l'objecte moble, estratègies per estalviar energia. La innovació tecnològica sempre ha estat una de les divises que han encapçalat el disseny de Kibuc, i així trobem en el seu catàleg productes com ara el sofà Tekno, que inclou una presa de corrent per facilitar l'ús d'aparells

electrònics a la sala d'estar.

Kibuc va tancar l'any passat amb 87 milions d'euros de facturació, un 13% menys que l'any anterior, una davallada que està molt lluny de les fortes sotragades que han patit moltes de les empreses del sector, amb caigudes de les vendes que en alguns casos han arribat al 50%. Al grup ara hi treballen entre 400 i 500 persones.

Xavier Soria atribueix aquesta fortalesa al pes que ha anat adquirint amb el temps la marca d'una empresa, Kibuc, que va començar com una central de

**Va començar com a central de compres i l'any 2000 ja tenia producte propi**

compres per arribar a tenir, l'any 2000, producte i disseny propis. Kibuc va néixer l'any 1993 de la unió de catorze pimes tradicionals del moble: "Vam decidir unir esforços i muntar un parai-gua conjunt perquè vam percebre que el mercat es globalitzava i cada vegada era més difícil competir". Aquestes empreses, de les quatre demarcacions catalanes, a mitjan anys noranta tenien molt clar que havien de superar "la condició de central de compres per esdevenir una central de vendes i fugir de l'estratègia d'anar a preus".

Així doncs, es tractava de trobar el segment apropiat, que en el cas de Kibuc és el de persones de poder adquisitiu mitjà, de 30 a 50 anys d'edat, que "ja no busquen un primer sostre, sinó que ja tenen la seva pròpia casa i tenen molt en compte l'harmonia del disseny del seu menjador o que els mobles no tinguin desperfectes de forma sobtada, per posar dos exemples".

## RESISTIR DAVANT LA CRISI

### El poder de la marca

La història de Kibuc es resumeix en una aposta per la marca, fins al punt que els fabricants que l'han fet possible han decidit renunciar a la seva pròpia. Marca per donar un valor afegit que, segons Xavier Soria, "és l'única via de sortir de la crisi, que es dona en un mercat que

ja arrossegava problemes estructurals de saturació". Soria defensa que els preus de Kibuc, per damunt dels de baix cost, són prou competitius, "en la mesura que podem oferir productes molt innovadors, a banda d'un servei molt personalitzat", remarca.

## ESTIL MEDITERRANI

### Un disseny alternatiu

El fenomen d'Ikea ha aconseguit que el disseny dels països escandinaus tingui una posició de reconeixement en el gust dels consumidors. Kibuc hi contraposa el seu estil mediterrani, que, com s'explica en els catàlegs, "neix de la brisa del mar, del cel

d'estiu, de l'alegria de les nostres festes i les nostres gents". L'empresa catalana treballa actualment amb una desena de dissenyadors, que fan els seus esbossos a partir dels suggeriments previs que realitzen els franquiciats de l'empresa.



## EMPRESSES

# Grup Qualitat busca aliances per fer pisos assequibles en sòl de bancs i caixes

**CREIXEMENT.** El nou pla estratègic de la cooperativa preveu aliances per construir 700 habitatges socials a preus moderats entre 2010 i 2013

BERTA ROIG  
BARCELONA

Després de tres anys afrontant la crisi amb mesures defensives, Grup Qualitat ha posat sobre la taula un altre pla estratègic per cobrir el període 2010-2013 que té com a principal eix l'aposta per l'especialització en projectes d'habitatges a preus assequibles i socials. «Ara toca centrar-nos en el que sabem fer millor», explica el director general de la firma, Eduard Brull. En total, preveu la construcció de 700 habitatges.

En aquesta estratègia la cooperativa membre del Grup Clade té clar que és important cercar aliances i per això té la mirada posada en la cartera immobiliària que han hagut d'assumir bancs i caixes. «Abans de l'estiu les entitats financeres estaven molt aturades però ara tenim sobre la taula diverses operacions», destaca Brull. L'objectiu és arribar a acords per desenvolupar més promocions en sòl de caixes i bancs. Aquest partenariat també pot ser beneficiós a l'hora d'assegurar-se el finançament necessari per als nous projectes, un dels principals colls d'ampolla per als promotors ja que, com destaca Eduard Brull: «El que estem oferint és un tracte on tots guanyem.»

**HPO DE LLOGUER.** De moment Grup Qualitat ja ha adquirit sòl per fer 60 habitatges i l'objectiu és arribar als 120 abans de final d'any. Aquests primers 60 pisos es faran en règim de protecció oficial —30 d'ells al barri de Montjuïc de Barcelona—, però Brull alerta sobre els efectes de la retallada en les subvencions a l'HPO de lloguer. «L'administració

ha fet que desenvolupar pisos socials de lloguer ja no sigui rendible», diu. Per això, el director general de Grup Qualitat urgeix a buscar un nou model que no depengui tant de les subvencions i que permeti continuar oferint aquest tipus d'habitatge social. «Ara no ens podem permetre quedar-nos sense aquest tipus d'oferta perquè continua havent-hi

**Preveu una facturació sobre els 40 milions d'euros aquest 2010**

molts joves que no poden accedir a un habitatge», defensa Brull. A més, per al director general de Grup Qualitat l'administració s'equivoca des d'un punt de vista de costos i beneficis, ja que «hi ha estudis que demostren que per cada euro que es destina a aquestes subvencions en recupera 1,23, per no parlar de l'impacte socioeconòmic que té deixar de fer habitatge social de lloguer». Per tot plegat, Brull creu que s'hauria d'aconseguir captar inversió privada en aquests segments de l'activitat promotora.

L'HPO de lloguer va ser l'aposta que Grup Qualitat va fer ja al 2006: «Quan la resta de promotors ens miraven com si estiguéssim bojos perquè encara estàvem en ple boom immobiliari», recorda Brull. Ara el grup és conscient que seguir aquest model serà difícil però l'aposta continua sent per l'habitatge assequible, «perquè és en aquest segment on es con-

centra la demanda».

De fet, després d'un 2008 «per oblidar, amb vendes negatives», i d'un 2009 amb les vendes parades, aquest 2010 ha portat més bones notícies per al sector i per a les vendes de Grup Qualitat. «Ha estat la combinació de dos factors, d'una banda la baixada dels preus i de l'altra l'entrada de la demanda que havia quedat latent en els anys anteriors i també de la nova demanda que es vol anticipar a la supressió de les desgravacions fiscals», explica Brull. En aquest sentit, el responsable de Grup Qualitat considera un error l'aplicació d'aquesta mesura en ple context de crisi. «S'hauria de treure la subvenció quan el mercat funciona, no ara en plena crisi», diu.

**L'EXEMPLE DE MADRID.** En tot cas Brull també fa una petició al govern català perquè segueixi iniciatives com la que ja ha anunciat la Comunitat de Madrid, que compensarà aquesta retallada amb nous incentius



Eduard Brull confia que el sector començarà a remuntar a finals de 2012. JOSEP LOSADA

fiscals a la compra d'habitatge en el seu tram autonòmic de l'IRPF.

Amb tot les previsions de facturació de Grup Qualitat per a aquest 2010 se situen al voltant dels 40 milions d'euros, que suposarà una millora destacable (del 25%) sobre el pressupost que s'havia marcat. «El que ens dona més estabilitat és que mai vam recórrer a elevats palanquejaments com era habitual en el sector durant el boom», destaca. De moment Grup

Qualitat no es planteja sortir fora de Catalunya, tot i que és un moviment que no descarta «més a llarg termini» i es concentra sobretot en el creixement a través de les aliances amb bancs i caixes. A més també ha posat un peu a les promocions d'habitatge col·lectiu. Ja gestiona dues residències d'estudiants a Vilanova i la Geltrú (Garraf) i a Lleida i espera aspirar a dos projectes més abans de final d'any. Amb tot també li podrien adju-

dicar pròximament dos projectes d'habitatges assistits per a gent gran. Brull confia que a final de 2012 l'economia comenci a respirar de nou i creu que el nou pla estratègic «ens ajudarà a estar ben situats en aquell moment». Al final, diu, el sector immobiliari encara pot tenir moltes coses a dir. «És com el tèxtil que a pesar de la seva maduresa i de la seva crisi avui té algunes de les empreses més dinàmiques de Catalunya», diu.

## EIXAMPLE DE MAR

### Un altre impuls a un projecte emblemàtic

Un dels projectes més emblemàtics de Grup Qualitat és l'Eixample de Mar (a la foto), una macropromoció a la línia de la costa de Vilanova i la Geltrú —on la firma té la seva seu— que ocupa els terrenys de l'antiga fàbrica Pirelli, amb una superfície de 10 hectàrees. Al projecte, iniciat tot just abans de la crisi immobiliària, es



preveu un total de 1.000 habitatges en quatre fases de construcció, així com una zona comercial i un aparcament públic amb 300 places. La inversió és de 250 milions d'euros. A pesar de la crisi, Grup Qualitat va optar per continuar invertint i acabar les obres d'urbanització durant 2008 i 2009 tot i saber que no tindrien

cap retorn, però el 2011 Eduard Brull confia a poder recuperar les obres d'edificació. «Aquest any les vendes han estat bones». De fet la firma ja ha comercialitzat pràcticament els primers 400 pisos construïts de la promoció, i per això ara planteja edificar-ne un centenar més l'any que ve.



## VULL SORTIR A L'EXTERIOR

### Què fa la Cambra de Comerç de Barcelona per ajudar a internacionalitzar la meua empresa?



La Cambra fa costat a les empreses amb una proposta d'actuacions, programes i serveis per promoure i facilitar el seu accés als mercats internacionals.



#### EXPORTO, PERÒ... FAIG SERVIR L'ESTRATÈGIA CORRECTA?

##### Tallers internacionals

Programa d'orientació que conclou amb un diagnòstic i un informe personalitzat per a l'empresa, amb la seva estratègia i actuacions a engegar.

 Marc Prat [ajutsinternacionals@cambrabcn.org](mailto:ajutsinternacionals@cambrabcn.org) Telèfon 934 169 537 [www.cambrabcn.org/tallers\\_internacionals](http://www.cambrabcn.org/tallers_internacionals)



#### NO TINC DEPARTAMENT D'EXPORTACIÓ PROPIA. QUÈ FAIG?

##### Programa ATIEX

El Programa d'Assessorament Tècnic en Iniciació a l'Exportació (ATIEX) posa a disposició de la vostra empresa un assessor tècnic durant 6 mesos per orientar-vos en l'estratègia a seguir i la seva implantació.

 Anna Carrasco [difusiointernacional@cambrabcn.org](mailto:difusiointernacional@cambrabcn.org) Telèfon 934 169 596 [www.cambrabcn.org/programa\\_atiex](http://www.cambrabcn.org/programa_atiex)



#### QUI EM GUIA EN EL PROCÉS D'INTERNACIONALITZACIÓ?

##### Programa NEX PIPE

Es facilita un assessor extern i, més endavant un col·laborador expert en comerç exterior, per a les primeres etapes de penetració als mercats internacionals. Amb activitats de formació, assessorament i un ajut econòmic del 80 % dels costos.

 M. Carmen Llísá [ajutsinternacionals@cambrabcn.org](mailto:ajutsinternacionals@cambrabcn.org) Telèfon 934 169 428 [www.cambrabcn.org/nex\\_pipe](http://www.cambrabcn.org/nex_pipe)



#### VULL FER PROSPECCIÓ DE MERCAT. PER ON COMENÇO?

##### Missions directes

Ens desplaçem al país de destinació per conèixer de prop les oportunitats de negoci i, a través d'agendes individualitzades de reunions, assolir contractes comercials.

##### Participació en fires internacionals

Participant de forma agrupada a les principals fires internacionals de cada sector, sota l'aixopluc de la Cambra, per presentar els productes, serveis i aconseguir nous contractes comercials.

 [www.cambrabcn.org/accions\\_promocio](http://www.cambrabcn.org/accions_promocio)



#### SÓC UNA EMPRESA DE BASE TECNOLÒGICA

##### Com puc accedir als mercats internacionals? Ponts tecnològics

Viatge empresarial i institucional amb una agenda d'interès comú i agendes individualitzades per a les empreses, per establir contactes, fer xarxa entre les empreses del mateix sector, analitzar els factors competitiu i les claus d'èxit de cada regió o ciutat i obtenir una visió de futur del sector.

##### Vull implantar-me als EUA! Projecte Barcelona Plug & Play Techcenter

L'empresa tecnològica pot instal·lar-se gratuïtament a les instal·lacions del Silicon Valley, en un espai per a 3 treballadors, durant 6 mesos. A través de la xarxa de Plug & Play se li presenten 10 empreses de capital risc, així com universitats i potencials clients de la zona.


 [www.cambrabcn.org/accions\\_promocio](http://www.cambrabcn.org/accions_promocio)



#### MERCATS EMERGENTS: COM HI ENTRO?

##### Programa Forfait Internacional

Programa individualitzat perquè les empreses accedeixin als mercats internacionals amb més projecció i que presenten alguna dificultat per a l'empresa, preferentment els mercats emergents (BRIC).

 [www.cambrabcn.org/forfait\\_internacional](http://www.cambrabcn.org/forfait_internacional)



## EMPRESSES



Guillem Castellà, director d'exportació del grup Damm a la seu de l'empresa, recolzat en una de les màquines històriques de producció de cervesa. JOSEP LOSADA

# Damm es posa el cognom 'Barcelona' per créixer fora

**MERCATS.** El grup cerveser català vol passar de vendre el 3% al 10% especialment en el mercat anglès, el d'EUA i als països nòrdics assimilant l'Estrella Damm amb la imatge de Barcelona

ANNA PINTER  
BARCELONA

El grup cerveser Damm s'ha posat la fita d'augmentar en 7 punts el percentatge de vendes a l'estranger. "L'objectiu és que el 10% de la facturació provingui de l'exterior", explica Guillem Castellà, director d'exportació del grup Damm.

L'estratègia de creixement exterior respon a una estabilització del mercat intern. Castellà assegura que les vendes de cervesa a Espanya a penes s'han modificat en els darrers anys i que la internacionalització havia de ser el creixement natural de la companyia catalana. Per assolir aquest repte el grup va iniciar un procés de redefinició del departament d'exportació i un pla de focalització de producte i de mercats.

La internacionalització està centrada en la cervesa Estrella Damm i a incrementar les vendes en tres mercats concrets. Ara com ara, la firma ja ven a quasi 50 països. Castellà explica que han ampliat la plantilla del departa-

## GRUP DAMM

FACTURACIÓ 2009

783

TREBALLADORS

2.350

DATA FUNDACIÓ

1876

● A més de les cerveses, el grup Damm ha anat augmentant la seva participació progressivament en Ebro Foods, el grup que té, entre altres marques, l'arròs SOS. La firma catalana en té el 10% i ha entrat en el consell d'administració.

ment fins a sumar 14 persones, algunes de les quals han estat contractades als mercats amb més expectatives de millora. La cervesera catalana, amb 134 anys d'història a l'esquena, ha dirigit el seu creixement internacional cap a àrees amb més po-

tencial de creixement en el consum de cervesa: EUA, Regne Unit i Escandinàvia.

Castellà assegura que tot i que el mercat dels EUA és una destinació complexa per accedir-hi, una vegada dins les perspectives de vendes resulten molt competitives. "Es tracta d'un mercat molt gran i a més ens convertirem en l'única cervesa espanyola", diu.

Una cosa similar passa al mercat anglès o l'escandinau, on la cervesera catalana ha iniciat una campanya per situar la marca i aspira a multiplicar per 10 les vendes en un període relativament curt.

Per a l'aventura d'internacionalització el grup no va sol, es fa acompanyar de la marca Barcelona, que està impresa a les ampolles que es distribueixen fora de l'Estat. "Estrella Damm és la cervesa de Barcelona, de la capital del Mediterrani i volem transmetre aquesta idea en l'imaginari anglès quan beguin la nostra cervesa", explica el director d'exportació de la firma.

El cert és que per als an-

glesos Barcelona és considerada una *UK city Break* i la identificació d'Estrella Damm amb Barcelona ha d'ajudar a fer l'impuls internacional de la firma. Castellà explica que ara com ara ja hi ha un 20% dels anglesos que coneixen la cervesa *made in Barcelona*.

Des de la setmana passada als cinemes de Londres s'està projectant l'anunci

en format videoclip de 3 minuts d'Estrella Damm que es va rodar fa dos anys a Formentera i que ha estat un dels espots més vistos i més baixats d'internet. Més de 3 milions de descàrregues a tot el món.

A més de la ciutat de Barcelona, com a símbol de vacances i de mediterraneïtat, el grup Damm també ha volgut donar la volta al món amb el patrocini al

## CONSUM DE CERVESA

### Molta calor i gols del Barça

Està comprovat que el consum de la cervesa augmenta l'any que hi ha mundial de futbol. Tot i que no ho han pogut mesurar, al grup Damm saben que els sis títols del Barça també els van ajudar a augmentar la facturació. El consum de la cervesa té un contingut molt social tant a Catalunya com a qualsevol lloc del

món i, per tant, qualsevol esdeveniment de masses suposa un plus per als balanços de la firma. Ara bé, per a la cervesera catalana el que realment li condiciona la campanya és que faci calor, com més millor. En altres mercats, com l'anglès, en canvi, és per Nadal quan les cerveseres fan l'agost.

Barça. "És una altra de les accions que van iniciar per donar projecció internacional a la marca juntament amb altres patrocinis com els europeus d'atletisme", explica Castellà.

Aquesta redimensió a l'exterior potser ajudi a compensar la desequilibrada balança comercial del sector cerveser a tot l'Estat. De fet, el 2009 es van exportar 700.000 hectolitres respecte dels 2,6 milions d'hectolitres que es van importar.

El grup Damm és ara com ara la tercera cervesera més important a l'Estat espanyol. La firma té 7 plantes de producció entre Catalunya, València, Múrcia i Madrid i fa poc ha adquirit a Santarém (Portugal) una fàbrica per donar cobertura al creixement del mercat de les marques de distribució a Espanya i a Portugal.

El grup no descarta noves

**En sis anys el grup ha invertit 632 milions en les plantes industrials**

adquisicions tant a Espanya com a altres països d'Europa, que els ajudin en el seu creixement global

En canvi pel que fa a les inversions industrials, Damm dona per tancat un procés que va engegar l'any 2004 i que ha suposat una injecció de 632 milions d'euros. Només a la planta del Prat ha destinat 200 milions d'euros, fins a convertir-la en la fàbrica més eficient d'Europa.

A més de l'Estrella, el grup té altres cerveses, com Inèdit, que va fer créixer juntament amb el cuiner Ferran Adrià, o Damm Lemon i l'aigua Veri. En el seu global el grup va facturar l'any 2009 783 milions d'euros i dona feina a més de 2.300 persones.

**BONS RESULTATS.** Tot i la baixada del consum i la davallada de la facturació que pateix el sector de l'hostaleria, el grup Damm ha aconseguit durant el primer semestre del 2010 augmentar els beneficis en un 16,7%. Castellà explica que aquest resultat positiu ha estat gràcies a la contenció de costos i a altres condicionants externs com la baixada del preu de la matèria primera i del petroli.



ENTREVISTA JUAN ANTONIO MATEO, director comercial de CESCE

# “CESCE MASTER ORO ayuda a nuestros clientes a prevenir impagos, aumentar sus ventas, obtener financiación y, además, ahorrar dinero”



JUAN ANTONIO MATEO,  
Director comercial de CESCE.

Ustedes dicen que han dado la vuelta al seguro de crédito, ¿qué significa esto?

Gracias a tener el conocimiento individual de la venta de cada deudor, factura a factura, tenemos una información muy precisa del riesgo real para poder otorgar un precio individual y diferente en función del valor de cada deudor. Por lo tanto, en una cartera de clientes cuyos deudores son de muy buen riesgo, el precio del seguro necesariamente debe ser barato y ante una cartera de deudores de probabilidad de impago muchísimo mayor, el precio será más alto. Esta cuestión tan obvia es la que nunca puso en práctica el seguro de crédito tradicional y es lo que te permite poner siempre un precio equilibrado en función del riesgo real de los deudores.

¿Por qué las empresas prefieren contratar un seguro de crédito como CESCE MASTER ORO en lugar de recurrir al autoseguro?

Esencialmente, porque aporta a las empresas más servicios que les ayudan a tomar mejores decisiones estratégicas para su crecimiento. Y finalmente, económicamente les sale más rentable si ponen en valor lo que la empresa tiene que provisionar para los posibles impagos más los gastos individuales que ha de afrontar con diferentes proveedores para conseguir los servicios

complementarios que incluye MASTER ORO y que, hoy por hoy, nadie tiene.

## “Queremos ayudar a afrontar el plan de expansión de cada empresa”

En estos momentos de restricción del crédito, ¿cómo puede CESCE MASTER ORO ayudar a las PYMES a obtener más y mejor financiación?

Somos el único operador en el mercado que puede poner en valor el tener un seguro de crédito frente a los bancos y facilitar así el acceso de nuestros clientes a la financiación. Esto lo hacemos a través de la certificación de facturas que los bancos reconocen con valor real de cara a ofrecer mejores condiciones de financiación.

¿En qué consiste exactamente?

A través de nuestra plataforma Cesnet y de forma muy simple, nuestros clientes obtienen un certificado con las facturas de los deudores que ellos eligen y que sirve frente a los bancos para poder obtener financiación, normalmente a través del descuento sin recurso y a mejor precio.

Frente a los bancos, CESCE se convierte en un valor seguro en referencia a sus clientes y, por lo tanto, ayuda a obtener más y mejor financiación.

¿Cuál es el elemento diferenciador con otros seguros?

Es evidente que tener más información que cualquiera en un mercado te permite acertar más en igualdad de condiciones técnicas en el valor del riesgo. O sea, prevenir antes y mejor quién va a cometer un impago. Y ésta es la ventaja en este momento de CESCE. El resto de elementos diferenciadores incluyen el conjunto de servicios asociados al valor tradicional de la cobertura que comportan el producto MASTER ORO. Así, a través de una plataforma integral, sencilla, amigable e intuitiva, ayudamos a nuestros clientes a aumentar sus ventas porque ponemos a su disposición, de forma gratuita, una herramienta de búsqueda de clientes en España y en el resto del mundo a través del servicio Prospecta de nuestra filial Informa D&B.

Además, ofrecemos la información de clientes enriquecida con una opinión de crédito de cada cliente más el precio del seguro que le costaría en caso de conseguir esa venta, para que pueda formar parte en la negociación de sus márgenes. También hemos creado un sistema de gestión automática de la póliza que le ayudará al cliente a no cometer errores de cara al seguro y, además, ahorrar en costes administrativos. Y por supuesto, la obtención de financiación ya descrita.

Ahora mismo es más necesario que nunca vender en el exterior. ¿Cómo pueden beneficiarse las PYMES de los servicios de CESCE en este sentido?

En una coyuntura como la actual, en la que se ha producido una caída de actividad en la práctica totalidad de los sectores en España, cobra especial importancia la búsqueda de nuevos mercados que permitan a las empresas compensar la pérdida de negocio en el mercado interior. En esta línea CESCE cuenta con una larga experiencia en los mercados internacionales, siendo la aseguradora pionera en la cobertura de estos riesgos en España. Contamos con una red de información y abogados, en prácticamente todos los países

## “Somos los únicos con un producto que ofrece una cobertura individual del riesgo, factura a factura”

del mundo y además estamos presentes con sucursales en Francia y Portugal y con filiales en los principales países latinoamericanos, siendo Brasil nuestra apuesta más importante. Además, con Prospecta Internacional CESCE ayuda a buscar clientes del perfil que a nuestros asegurados más le interesen en cualquier país del mundo.

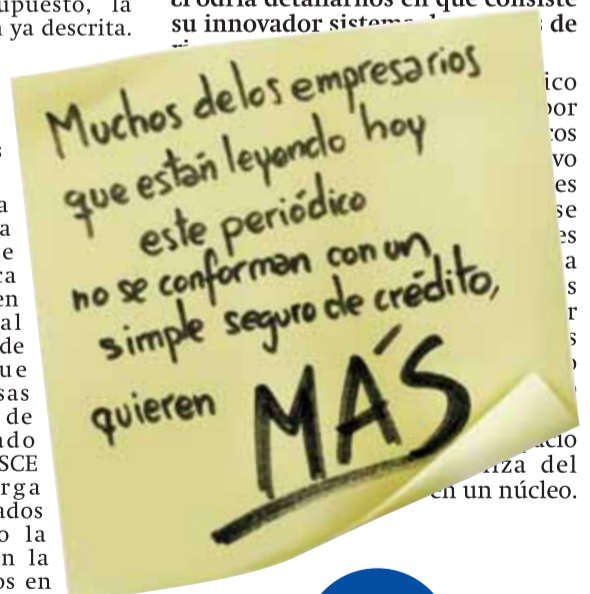
¿Cómo puede ayudarle CESCE a evitar impagos?

CESCE ayuda a evitar impagos mejor que nuestros competidores porque disponemos de más información y de datos más precisos, al tener las ventas individuales y conocer los cobros.

Ustedes han situado al cliente en el centro de todas sus estrategias. ¿Qué servicio de valor añadido les están ofreciendo?

Les ayudamos a encontrar clientes y, además, nos centramos en buscar a los buenos pagadores. Aparte de todo, ayudamos a que nuestros asegurados encuentren mejor financiación y que los bancos les apoyen.

¿Podría detallarnos en qué consiste su innovador sistema de...



## “CESCE MASTER ORO le ayuda a encontrar clientes”



**CESCE**

Gestión Integral  
del Riesgo Comercial



## EMPRESSES

## Emprenedors

## Fer negoci amb l'estrès

La web Oooferton.com posa a la venda només durant un dia productes amb grans descomptes

ANNA PINTER  
BARCELONA

Luis Krug, d'origen austríac, va veure com amb la crisi canviava una empremta cultural molt pròpia de països del sud d'Europa, comprar barat i dir als amics que t'havia costat el doble. "Amb la crisi, cada cop estan més ben vistos les gangues i presumir per això, com fem a Àustria", diu Krug. Oooferton.com, una web de compra per internet basada en grans ofertes, que va engegar Luis Krug fa un any i mig, està ajudant a aquest canvi cultural.

Krug no és nou en la compra electrònica. L'any 2000 va posar en marxa junt amb d'altres socis una plataforma de venda en línia que avui factura 700 milions d'euros. D'aquella trajectòria es va adonar que la venda per internet no era cap ganga per si mateixa, ja que els usuaris només compraven dos cops a l'any i havien de dedicar un pressupost molt elevat a màrqueting per despertar l'interès de nous usuaris.

El seu esperit empenedor el va animar a buscar un model nou. Així que l'any 2008 Krug va vendre la seva participació a l'anterior companyia i va engegar una empresa pròpia. "Buscava que fos una iniciativa diferent, nova i fàcil de gestionar", afegeix. Aquestes característiques les va trobar en una plataforma de venda en línia dels EUA que només ven un producte al dia, de tal manera que no genera tensió financera i simplifica el procés logístic.

A partir d'aquella plataforma, Krug va definir Oooferton, una pàgina web organitzada en tres categories de productes: electrònica, oci i moda, que només estan en venda un dia. La combinació dels tres aparadors els serveix per jugar estratègicament amb les ofertes. "Amb electrònica només, que era on jo tenia més experiència, els marges són molt baixos i hi ha molta agressivitat", matisa.

La web està dissenyada de manera que incita a la compra impulsiva. Només obrir-la i veure el



Luis Krug, soci fundador de la firma. ARXIU

## LA IDEA



El model de negoci es va inspirar en Woot.com, la plataforma de més èxit als EUA, una referència en la venda en línia, que acaba de comprar Amazon i que fa servir el Liveshopping, és a dir, la compra i venda impulsiva amb límit de temps. La idea és vendre lots de productes amb rebaixes de fins al 80% i focalitzant-se en el públic masculí.

descompte del preu l'usuari ja ha pres gairebé la decisió de compra. A més inclou un comptador que mostra com va buidant-se l'estoc i les hores que resten perquè s'anul·li l'oferta. "Fem que el consumidor s'estressi i l'incitem a la compra impulsiva", explica Krug.

Però hi ha uns límits en l'adquisició irracional. El fundador d'Oooferton explica que el màxim que el consumidor està disposat a gastar-se en una compra impulsiva són 45 euros, així que els productes per sobre d'aquest preu tenen menys sortida. I per contrarestar-ho Oooferton fa

equilibris de preus per fer pujar la percepció del valor del més barat.

El maig del 2009 des de Cerdanyola va posar a navegar Oooferton i des del primer dia, segons explica Krug, la idea ha estat rendible. En 8 mesos van facturar 340.000 euros, aquest any esperen arribar als 2,4 milions i als 6 milions el 2011.

La fórmula de l'èxit és la següent: Oooferton compra lots de productes amb grans descomptes i els posa a la venda a la web en un parell de dies. El proveïdor bloqueja un 80% de l'estoc a casa seva i cobra en 30 dies.

L'agost del 2010, van tancar la primera ronda de finançament de

**La firma preveu  
facturar aquest any  
2,4 milions d'euros  
i 6 milions al 2011**

500.000 euros amb l'empresa de capital risc Active Capital Partner. "L'ampliació està destinada a créixer i invertir en màrqueting", avança.

Fins ara Oooferton només ha fet servir les xarxes socials per donar-se a conèixer. I no ha anat malament. Té 286.000 usuaris registrats, 61.000 dels quals són altament fidelitzats i un 12% de les vendes s'efectuen via Facebook.

Tot el que surt d'Oooferton és fet a casa. Des de la plataforma tecnològica, passant per la logística i la difusió. De fet alguns dels vídeos promocionals estan gravats a la cuina de casa de Krug i la presentadora és la seva dona.

## Aliments per a un nou món

## OPINIÓ



Jacint Soler-Matutes

El dia 1 de desembre que ve la patronal catalana Pimec acull una inèdita jornada sobre oportunitats de negoci al sector agroalimentari del Perú amb l'objectiu principal de presentar les possibilitats de transferència de coneixements i tecnologies catalanes en l'àmbit del processament d'aliments. Amb un creixement del

7%, els darrers cinc anys i una superfície de dues vegades i mitja l'espanyola, el Perú és ja un important proveïdor de productes primaris, agrícoles i pesquers, i ho serà també en els aliments processats. Els grups alimentaris xilens ja hi tenen un peu i la mirada posada a la Xina, que manté un generós acord de lliure comerç amb el Perú. El comerç sinoperuà s'ha duplicat en els últims cinc anys. Són, sobretot, països emergents com ara el Perú els que lideraran el sector agroalimentari, ja sigui com a consumidors o productors. En els pròxims 20 anys, la població

mundial augmentarà cada dia en unes 200.000 persones, un 60% de les quals viuran a Àsia i un 30% a l'Àfrica. Segons la FAO, caldrà que la producció agrícola mundial es doblï en aquest període per atendre les necessitats. Alhora, un major nombre de persones, concretament uns mil milions, accedirà a aliments processats o industrialitzats gràcies a la millora del seu nivell de vida. La necessitat d'atendre una població més nombrosa i rica reobre el debat sobre la crisi alimentària, silenciada pel llarg parèntesi de la crisi global. Fins i tot en temps de recessió, però, els preus

dels cereals, per exemple, són avui dia un 50-60% més alts que el 2006, arran de la demanda sostinguda i de les recents sequeres i incendis a Rússia, on s'ha perdut un terç de la collita. Els grans productors del món emergent disposen ja no només d'enorme capacitat sinó també d'empreses pròpies cada cop més endinsades en el procés vertical de conreu, elaboració i comercialització. En el sector lacti, per exemple, el tradicional domini europeu perilla davant de gegants com la russa Wimm-Bill-Dann, l'índia Hatsun o la xinesa Mengniu. A Singapur, el

grup Wilmar, amb presència a Xina, l'Índia i Indonèsia, serveix oli de palma a mig món mentre s'introdueix gradualment en nous productes com ara l'oli d'oliva. Al món islàmic, els dictats de l'Alcorà i el creixement d'aquells mercats impulsen el grup tunisià Poulina, especialista en pollastre i ous, amb presència a Àfrica, Europa i la Xina. Al Brasil, primer productor mundial de suc de taronja, l'empresa Cutrale assaja un sistema de transport del suc fins al port a través de sofisticades canonades, com si es tractés de petroli. El nou món que es dibuixa és el

d'una creixent rellevància dels mercats emergents en el consum i la producció d'aliments. Les empreses catalanes disposen de coneixements i tècniques avançades per transmetre a aquests processadors nous. Alhora, no hauríem d'oblidar fórmules com ara la de produir aliments a indrets com ara el Perú per a la creixent demanda xinesa. El món continuarà menjant, però ens haurem d'esforçar perquè no s'oblidi de nosaltres i dels nostres gustosos aliments.



**Soci d'Energia Partners i  
assessor de Pimec  
agroalimentària**



## COTITZA A L'ALÇA

**Isidre Fainé**  
President de La Caixa

↑ França ha condecorat el president de La Caixa, Isidre Fainé, amb la distinció de Cavaller de Ordre National du Mérit, de la Legió d'Honor, per la tasca per enfortir els vincles i les relacions empresarials entre els estats francès i espanyol.



## COTITZA A LA BAIXA

**Brian Lenihan**  
Ministre de Finances d'Irlanda

↓ Irlanda està en el punt de mira de Brussel·les, amb una banca arruïnada, i ja admet que necessita ajut de la Unió Europea i del Fons Monetari Internacional (FMI). Tota una advertència per a altres membres com l'Estat espanyol.



## COTITZA A LA BAIXA

**Miguel Sebastián**  
Ministre d'Indústria, Comerç i Turisme

↓ L'associació estatal de concessionaris d'automòbils, Faconauto, reclamarà 14 milions avançats en els ajuts del pla 2000E. Els governs estatal i autònoms ho rebutgen al·legant que no en tenen constància informàtica.



# DENÚNCIES PELS NÚVOLS

La convivència de diverses companyies a l'aeroport del Prat trontolla amb els cops de colze que Vueling i Ryanair deixen anar contra Spanair pels ajuts que aquesta rep de la Generalitat. **Per Jordi Torrents**

**D**e sobte, el veï simpàtic que et deixava discos dels Pogues i et convidava a cervesa, Irlanda, el veiem trist i fins i tot empenyat. De sobte, des de la grisa Brussel·les resulta que ja preparen el rescat de la seva banca, mentre un irlandès il·lustre –el president de Ryanair, Michael O'Leary– continua fent amics. Fa uns dies, va tornar a obrir la capsula dels trons, quan l'associació europea de companyies aèries de baix cost va enviar una carta al comissari europeu de Competència, Joaquín Almunia, en què reclamava que s'investiguin els ajuts de la Ge-

neralitat a Spanair. La Comissió Europea s'ha limitat a dir que ho està estudiant, però altres rèpliques no s'han fet esperar. A ningú sorprèn que els irlandesos voladors facin denúncies –aquest 2010 ja ho ha fet contra Air France i Vueling, curiosament un dels denunciants ara contra Spanair–, però el conseller d'Innovació, Universitat i Empresa, Josep Hugué, ja es va afanyar a dir que ho troba “vergonyós”, ja que la mateixa Ryanair també rep ajuts. Des de Spanair, el seu president, Ferran Soriano, afirma que la companyia no rep subvencions, i sí “inversions estratègiques”. De fet, si Europa

obre una investigació sobre el cas, haurà de determinar primer si els suports rebuts per la companyia poden considerar-se “ajudes d'estat” o si la participació de la Generalitat en el capital de la companyia aèria respon al principi d'inversor privat. El rebombori entre companyies evidència els cops de colze per guanyar presència en un caramell llamíner com és l'ocupació de l'aeroport del Prat –Ryanair ja ha arribat al 4,5%–, però el cert és que l'espai aeri català no es queda aquí. Així, s'ha anunciat que un operador turístic anglès, Neilson, operarà amb sis vols setmanals a l'aeroport de Lleida-Al-



**Les aerolínies de baix cost, com Ryanair i Vueling, denuncien a Brussel·les que Spanair rep uns ajuts públics “il·legals”. El conseller Hugué no hi està d'acord, mentre que el president de Spanair, Ferran Soriano, creu que no són subvencions, sinó inversions estratègiques.**

guaire a partir de la temporada vinent des d'Anglaterra i Irlanda. L'acord amb la Generalitat és per cinc anys, i la companyia portarà, cada any, 40.000 passatgers, amb un impacte econòmic sobre el territori d'uns 20 milions d'euros.

L'arribada de Nielson –que abandonarà l'aeroport francès de Tolosa– pot donar una petita empenta a l'economia catalana i estatal. Fa un parell de dies, però, l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) va indicar que l'Estat espanyol tancarà el 2010 amb un retrocés del 0,2% del PIB, però amb perspectives d'abandonar la tendència descendent el 2011, quan preveu un creixement del 0,9%. L'anomenat club dels països rics –n'aglutina 33– també pronostica un descens en l'atur estatal. Aquestes perspectives van juntes amb d'altres, com la del darrer informe sobre el sector immobiliari residencial de Catalunya Caixa, que parla d'una reducció de l'estoc de pisos pendents de vendre en el segon semestre d'aquest 2010 en el 80% dels municipis catalans. La mateixa entitat ha presentat el seu nou president, Fernando Casado, que es marca l'objectiu de consolidar el projecte comú iniciat per Caixa Catalunya,

Tarragona i Manresa. Aquesta declaració de principis coincideix amb unes declaracions del governador del Banc d'Espanya, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, que a pressa les caixes en els processos de fusió, ja que la morositat continua creixent, i en el de conversió en bancs.

A Catalunya, l'elevada demanda de bons de la Generalitat ha provocat que la quantia assegurada als inversors sigui de 8.000 euros, tot i que el sector financer presagiava que seria més alta. Així, els inversors que hagin demanat vuit o menys bons rebran tot el sol·licitat, però a partir d'aquesta quantitat es durà a terme un prorratge.

En el pla empresarial, la històrica cervesera catalana Damm ha arribat al 10% del capital d'Ebro Foods i s'ha convertit en el seu segon accionista de referència. Paral·lelament, però, el grup farmacèutic suís Roche ha anunciat que suprimirà 4.800 llocs de treball, un 6% dels que té a tot el món, i que estudia la possibilitat de tancar el seu centre de Barcelona. Roche, però, pot seguir sent considerada com una empresa vinculada amb la salut, i no com la dels famosos braçlets Power Balance, multada amb 15.000 euros per publicitat enganysosa.



El president de Ryanair, Michael O'Leary, denuncia els ajuts que rep Spanair. A l'esquerra, el director general de la cervesera Damm, Enric Crous. Al centre, el governador del Banc d'Espanya, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, i el nou president de Catalunya Caixa, Fernando Casado. L'ECONÒMIC



## OPINIÓ

## EDITORIAL

## LA PAGESIA, UN SECTOR ESTRATÈGIC

Un país com Catalunya no es pot permetre prescindir de cap dels seus sectors productius si vol ser una economia competitiva en un escenari global. La pagesia és, en aquest sentit, un àmbit que sembla viure una situació de lenta agonia. El món global escanya els pagesos: ja no és que se'ls redueixin els marges de l'activitat, sinó que en molts casos no arriben ni a cobrir el valor del que produeixen. El món global ha deixat uns actors en una clara posició de domini, les grans multinacionals de la distribució, que ofeguen els productors, obligant-los a vendre quasi per sota del preu de cost. Una política que, d'altra banda, no es trasllada al consumidor final, que acaba pagant a preu d'or uns productes que s'han comprat als pagesos a preu de parrac.

Aquest abús és permès per les autoritats que regulen la competència i pels legisladors europeus, que exigeixen uns controls de qualitat als productors comunitaris dels quals eximeixen els que vénen de fora de l'espai europeu. No es tracta, ni molt menys, de reduir les exigències als nostres pagesos, però sí que s'ha de reclamar a la Comissió Europea que faci un marc jurídic que deixi a tothom en igualtat de condicions, tot obligant els productors forans a garantir les mateixes normes de qualitat que reclamen als pagesos de l'espai comunitari. Fer el contrari és fomentar una competència deslleial que perjudica els pagesos però també els consumidors, que d'altra banda no sempre saben què estan comprant.

Aquesta complexa situació no exclou que la pagesia catalana s'ha de modernitzar i abandonar certes polítiques que la perjudiquen. Si l'oferta continua sent dispersa, les cadenes de distribució imposaran la llei del més fort. Els pagesos han d'abandonar la mentalitat de petit propietari i confiar més els uns en els altres i associar-se per aconseguir formar un consorci que pugui tractar d'igual a igual els compradors dels seus productes i que pugui imposar certes condicions als venedors de les matèries primeres. És necessari, doncs, un canvi de mentalitat i una mirada més oberta. El mercat espanyol i català estan col·lapsats per la crisi: cal mirar al exterior. Els productes catalans tenen prou qualitat per distingir-se en el mercat internacional. El camp s'ha de reinventar i ho ha de fer amb el suport ferm de l'administració pública. L'oferta de proximitat és una bona iniciativa, però no és suficient per capejar el temporal. Cal innovar i acceptar que s'ha iniciat un procés de reconversió que potser serà definitiu per als més petits, perquè, malauradament, en el mercat avui dia no hi ha lloc per a tothom.

## SENY CONSUMIDOR

Les pautes de consum han canviat amb la crisi, i l'increment de la compra demarques blanques no s'ha d'interpretar com una menor exigència de qualitat: la necessitat de controlar el pressupost familiar porta a desestimar la compra acrítica de productes d'alimentació més cars en nom de suposats beneficis saludables lligats a marques de renom amb capacitat econòmica per publicitar-les. Abans de la crisi, el consumidor triava la compra en funció de la confiança que li donava la marca de producte; ara, sense renunciar a la qualitat, tria productes més barats encara que no estiguin promocionats per llampants anuncis però que ha constatat amb la seva experiència de compra diària que són de fiar per la marca del distribuïdor. El consumidor no paga més sense necessitat, i no li fa cap vergonya.

## L'ECONÒMIC

EDITA: TALLER D'INICIATIVES EDITORIALS, SL. Director: Ramon Roca. Sotsdirectors: Francesc Muñoz i Joan Poyano. Redactors: Jordi Garriga, Andreu Mas, Anna Pinter, Berta Roig. Disseny i maquetació: Miguel Fontela. Correcció lingüística: Quim Puigvert. Fotografia: Andreu Puig. Direcció comercial: Cristina Taulats. Gerència: Ricard Forcat. Dipòsit legal: GI-653-2010. C/ Tàpies, 2. 08001. Barcelona. Telèfon 93 227 66 21 redaccio@leconomic.cat

## La ventafocs del finançament

NÚRIA

BOSCH

Catedràtica d'hisenda pública

Institut d'Economia de Barcelona

Universitat de Barcelona

Les finances dels municipis estan malament, i en alguns casos a la UCI. Hi ha pocs municipis sanejats i amb pocs problemes financers. Aquesta situació no és diferent a la d'altres administracions públiques. La causa es prou coneguda. Es deu a la greu crisi econòmica que hem patit, i que encara amb més o menys intensitat les economies dels diferents països pateixen.

No obstant això, pel cas de les finances municipals la crisi els ha afectat doblement perquè ha significat *ploure sobre mullat*. Les finances municipals abans de la crisi econòmica ja patien greus deficiències. Per tant, la crisi ha vingut a agreujar la situació malaltissa de la hisenda municipal.

Al meu entendre, fa temps que el finançament municipal necessita d'una profunda reforma. Des de la que hi hagué el 1988, el que s'ha anat fent amb les successives reformes del finançament municipal han estat petits canvis que només han significat afegir pedaçs al model de finançament.

També crec que, previ a la reforma del finançament, els governs municipals necessiten de dues altres reformes: una de l'organització territorial i l'altra de tipus competencial. Al nostre país hi ha massa governs locals de petita dimensió, als quals per raons d'economies d'escala prestar certs serveis els suposa uns costos majors. Per tant, s'hauria de fomentar la cooperació municipal, mitjançant mancomunitats, per prestar certs serveis o utilitzar ens de caràcter supramunicipal.

També està pendent una reforma competencial de l'administració local. Fa falta que es delimitin més clarament les competències locals. Una part dels serveis que presten els governs locals tenen caràcter subsidiari, substitueixen en la prestació una administració d'àmbit superior, però el sistema de finançament local no els dóna cobertura financera. A més la legislació estatal i autonòmica, en certes ocasions, obliga els municipis a realitzar més despesa. És a dir, es produeix una despesa induïda sense tampoc haver-hi cobertura financera.

Una vegada fetes aquestes reformes s'hauria d'abordar la del model de finançament municipal. Hi ha dos



PEP DUIXANS

**Fa temps que el finançament municipal necessita d'una profunda reforma. Des de la que hi hagué al 1988, el que s'ha anat fent són petits canvis, afegir pedaçs...**

grans camps d'actuació. Un és en els aspectes tributaris i l'altre en el de les transferències. En el cas de l'IBI, l'impost sobre béns immobles, és necessària una millora del càlcul de la seva base imposable. Això vol dir una millora de les valoracions cadastrals, amb un sistema de càlcul que sigui més àgil i en què els governs locals tinguin més protagonisme. Igualment, les altres figures impositives existents necessitarien reformes i introduir-hi elements que en milloressin la gestió.

Així mateix, les participacions impositives sobre els grans impostos (IRPF, IVA i Impostos Especials) que tenen els ajuntaments s'haurien d'incrementar, principalment la de

l'IRPF, i generalitzar-se a municipis més petits, almenys a tots als de més de 20.000 habitants.

Pel que fa a les transferències, s'haurien de modificar els criteris de repartiment de les transferències generals provinents de l'Estat, de manera que responguessin al criteri d'equitat territorial: directament proporcionals a les necessitats de despesa municipal i inversament proporcionals a la capacitat fiscal municipal. Per tal d'adequar-se millor a les necessitats específiques de cada territori, una part d'aquestes transferències es podria canalitzar a través de les comunitats autònomes, de manera que aquestes poguessin redistribuir els recursos amb criteris específics més ajustats al territori.

Igualment, s'haurien de desenvolupar més les transferències generals des de les comunitats autònomes als municipis. Actualment, aquestes representen encara una quantia petita dins del pressupost municipal.

En conclusió, és hora que el govern del'Estat i, en part, també els governs autonòmics emprenguin les reformes aquí esmentades sobre les administracions municipals, i aquestes deixin de ser "la ventafocs del finançament".



# Una moneda forta per a la guerra de divises

JOAN

CLAVERA

Degà de la Facultat d' Economia i

Empresa de la Universitat

Autònoma de Barcelona

En les darreres setmanes els mitjans de comunicació han parlat molt de monedes fortes i dèbils i de la possibilitat d'una anomenada guerra de divises. La confusió ha estat notable i la darrera reunió del G-20 no ha afavorit precisament la comprensió del que està succeint.

Primer cal definir què és una moneda forta. Senzillament la que pateix poca inflació (o deflació) i la que darrere seu té un banc central que es comporta de forma previsible i coherent. Per tant, una moneda forta no és la que s'aprecia contra el dòlar ni, en sentit contrari, una moneda dèbil no és la que perd valor respecte a una altra. De fet, una moneda pot apreciar-se respecte a la moneda A i al mateix temps depreciar-se respecte a la moneda B. L'apreciació o depreciació d'una moneda no la converteix en forta o dèbil, ja que aquesta variació depèn del que costa respecte d'una altra. Per exemple, el fet que el banc central d'un país

apugui el tipus d'interès pot apreciar la seva moneda respecte d'una divisa d'un altre país sense que aquest sigui la causa d'una possible depreciació. O el fet, real i actual, que la Reserva Federal nord-americana augmenti el diner en circulació no la converteix en una moneda dèbil, llevat que aquesta acció provoqui un augment de la inflació als EUA i que, en conseqüència, els agents econòmics considerin que el dòlar perdrà poder adquisitiu.

Fins i tot el més corrent és que ara es persegueixi una depreciació de les diferents divises per afavorir l'exportació. Aquesta és la recepta universal per sortir de la crisi i, com es pot entendre fàcilment, si tothom exporta en termes nets és gairebé impossible que tingui èxit aquesta estratègia.

Per tant, la guerra de divises, en contra de la creença popular, no és la lluita i el triomf de les monedes fortes contra les monedes dèbils, sinó un intent sistemàtic d'abaratir el preu de les exportacions procurant que la teva moneda no s'aprecii gaire respecte a les monedes dels competidors.

En aquestes circumstàncies, els grans operadors dels mercats de canvi especulen sobre la possible sortida de tot plegat i -en no tenir una informació que permeti fer previsions raonables- poden provocar entrades o sortides massives de capital i desestabilitzar els fluxos financers i comercials internacionals respecte a uns bancs centrals amb unes reserves que no poden contrarestar els moviments a curt termini i de gran amplitud dels esmentats grans operadors.

És per això que tant l'FMI com el G-20 i també la UE intenten evitar per sobre de tot moviments sobtats en els mercats de canvis. De fet, des de la cimera del G-20 a Pittsburgh, a final del setembre del 2009, fins a la cimera del G-20 a Seül del proppassat 12 de novembre no s'ha avançat gaire. En la

primera, els líders de les nacions participants reafirmaven la necessitat que els bancs centrals controlessin la inflació i que el tipus de canvi reflectís de veritat la situació econòmica de cada país.

En la darrera cimera, a més de repetir els objectius ja esmentats, s'invitava que s'evités l'excessiva volatilitat de les monedes i els moviments desordenats dels tipus de canvi i que l'FMI treballés de valent en aquests temes.

Malauradament és l'enèsima vegada que es formulen aquests desitjos sense gaire èxit, sobretot perquè tot depèn que el Fons Monetari Internacional, l'únic organisme multilateral que se'n pot encarregar, es renovi de veritat, es democratitzi i tingui l'autoritat moral per proposar reformes profundes. El G-20 és una mena de club privat d'una sèrie de països, més variats òbviament que l'inoperant G-8, però que no té, per la seva pròpia naturalesa, cap autoritat més enllà d'unes declaracions que, a mesura que passa el temps, semblen allunyar-se cada cop més de la voluntat real dels països que el formen.

Mentre no tinguem un FMI reformat és molt probable que la volatilitat i les estratègies dels estats s'imposin sobre un nou ordre econòmic internacional que no té ni les institucions ni els instruments que li caldrien.

**Mentre no tinguem un FMI reformat, és molt probable que la volatilitat i les estratègies dels estats s'imposin sobre un nou ordre econòmic internacional**

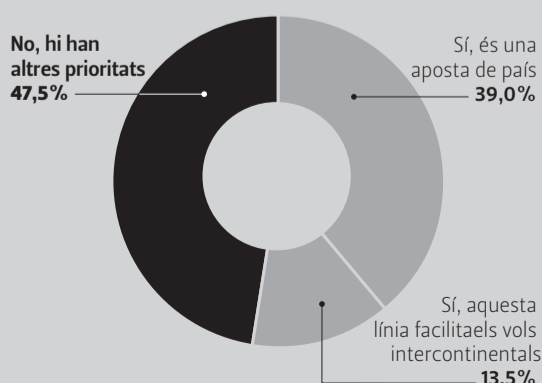
**La guerra de divises no és la lluita i el triomf de les 'monedes fortes' contra les 'monedes dèbils', sinó un intent sistemàtic d'abaratir el preu de les exportacions**

## ENQUESTA DE LECONOMIC.CAT

### LA CRISI DEMANA INVERSIÓ EN ALTRES PRIORITATS

**Aquesta setmana hem preguntat**

La Generalitat ha de continuar apostant amb recursos econòmics per la línia aèria Spanair?



**I la setmana vinent**

Creu que la difícil situació financera que viu Irlanda contagiarà l'economia de l'Estat espanyol?

**Ja pot respondre a [www.leconomic.cat/enquesta](http://www.leconomic.cat/enquesta)**

## ES DIU, ES COMENTA

### ATUR I REFORMA DELS CONVENIS COL·LECTIUS



“ Si el 20 de maig els empresaris i els sindicats no han presentat la seva proposta sobre la reforma de la negociació col·lectiva, en el seu defecte ho farà el govern. ”

**JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO**  
PRESIDENT DEL GOVERN ESPANYOL

“ El problema de l'economia és que en vostè [Rodríguez Zapatero] no es pot confiar, de manera que el que hauria de fer és donar la paraula als espanyols, que ho estan desitjant. ”

**MARIANO RAJOY**  
PRESIDENT DEL PP

“ Ha trigat massa a posar al Ministeri de Treball algú que conegui la problemàtica de l'atur. S'ha de donar la màxima prioritat a la recol·locació dels treballadors de la construcció. ”

**JOSEP ANTONI DURAN I LLEIDA**  
PORTAVEU DE CIU AL CONGRÉS

“ José Luis Rodríguez Zapatero no hi ha afegit res de nou i ha mantingut el seu discurs antisocial. Per primera vegada, els interlocutors socials tenen un últimàtum. ”

**TONI FERRER**  
SECRETARI D'ACCIÓ SINDICAL DE LA UGT



## Joan Gaspart

HOTELER I PRESIDENT DE TURISME DE BARCELONA

Els hotels recuperen les taxes d'ocupació d'abans de la crisi, però amb unes habitacions un 20% més barates. Gaspart creu que ara el repte és recuperar els marges perduts i per això caldran més diners per a la promoció, però els hotelers no volen que els diners surtin dels seus hostes i apunten Aena, Renfe i les concessionàries d'autopistes. **Per Francesc Muñoz**

# “Hi ha massa hotels a Barcelona però no estic a favor de posar límits”

**F**a una setmana que la darrera edició del World Trade Market de Londres, una de les fires de turisme més importants del món, ha tancat portes. Què es respira en el sector?

A Europa, però sobretot al Regne Unit i Alemanya que són dos mercats importants per nosaltres, es respira un optimisme contingut. Des d'aquest estiu que a Catalunya ja registrem unes molt bones ocupacions. El 2010 es tancarà per sobre del 2009 i preveiem que el 2011 serà encara millor.

La caiguda dels preus ha estat el principal peatge que han hagut de pagar els hotelers en aquesta crisi? Ha estat la conseqüència número u i de llarg. Els hotelers, i en general les empreses turístiques, s'han espantat moltíssim a partir de mitjans del 2009 veient el que venia.

Quan han caigut?  
De l'ordre del 20%.

Potser és que els preus ara s'ajusten més al potencial de la ciutat?

No. Respon a la por que els empresaris hem tingut en

“

**El descens del 2009 va espantar els empresaris, que han baixat els preus un 20%**

**Hauríem preferit que el reglament hoteler hagués esperat la norma europea**

**Aena, Renfe i les concessionàries d'autopistes han de contribuir a la promoció**

veure com baixava l'ocupació i pensar que reduint els preus podíem invertir la tendència.

Ara s'ha recuperat l'ocupació i el 2011 confio que s'ha de poder posar el mercat a uns preus equiparats al 2008. I continuarem estant per sota del mercat internacional per la qualitat que oferim.

El Govern té previst aprovar la reglamentació dels establiments hotelers, estan d'acord amb el text definitiu?

Sóc més partidari de l'autoregulació del sector, però hi hem participat en l'elaboració del reglament i penso que al final tindrem una reglamentació hotelera en la línia del que demanàvem. El que succeeix és que en aquests moments a Europa s'està preparant una reglamentació que permeti a la Unió caminar en un mateix sentit, i podríem haver esperat una mica. Aquí ens hem volgut avançar; confiem que aquesta reglamentació europea s'assembla molt perquè sinó...

Variarà la classificació dels establiments?

Serà diferent, perquè també es veritat que cada país té una tradició i una forma

diferent de funcionar. Tot això complicarà molt la homogeneïtzació a Europa. Es mantenen les estrelles, però els criteris varien: això vol dir que es tindran en compte els metres quadrats, però també altres factors com el nombre i la qualitat dels serveis.

Tampoc no és partidari de regular el nombre de places hoteleres que ha de tenir la ciutat?

No. Jo crec en la llibertat d'empresa i que el mercat regula. Puc entendre que estiguin limitades a algunes zones com Ciutat Vella.

En qualsevol cas, no pensa que hi ha massa hotels a Barcelona?

Sí, però els hotels no els ha construït l'esperit sant. Els han construït empresaris que hi han destinat molts diners i que creuen que en trauran una rendibilitat.

Jo puc pensar que n'hi ha massa, però també em puc sentir responsable que es facin més hotels en la mesura que, com a president de Turisme de Barcelona, he estat el que en els darrers quinze anys ha promocionat la ciutat. Tant si ho hem fet tan bé i tenim tanta demanda, jo, indirectament, sento que he fet la meva feina com a promotor i, per altra banda, he provocat que Barcelona sigui una ciutat, internacionalment, llaminera per a construir-hi hotels.

Per mantenir aquesta demanda alta, l'Ajuntament a aprovat un pla estratègic i un dels objectius és la promoció. Calen més diners per promocionar la ciutat. D'on sortiran aquests diners per promocionar la ciutat?

Barcelona és una ciutat que està competint no amb Marsella, Florència o Múnic, sinó amb Londres, París, Roma o Berlín i aquestes ciutats tenen el triple d'inversió per a la promoció. De les administracions ja no sortiran més diners, perquè l'economia dels municipis i les autonomies és la que és. Tampoc no sortiran més dels hotelers, perquè tenen uns marges molt petits per les raons que he explicat abans. Per tant hem de buscar nous ingressos.

Alguna idea?

Pesem que les empreses que tenen grans beneficis gràcies a l'arribada de turistes s'haurien d'implicar en la promoció: Aena, Renfe, les concessionàries d'autopistes...

Han fet la proposta? Han tingut resposta?

Aena, que és la única empresa que ha contestat a través dels mitjans i diu que ja ha invertit 5.000 milions

### LA VISITA DEL PAPA A LA SAGRADA FAMÍLIA

“Es doblarà el nombre de turistes al temple”

Joan Gaspart (Barcelona, 1944) pronostica una allau de turistes a la Sagrada Família després de la “promoció mundial” que ha significat la visita de Benet XVI. Turisme de Barcelona ja prepara una campanya especial en alguns països com ara el Japó, per reforçar-la. “La Sagrada Família ja és avui dia el monument que rep més visites i hem de cercar solucions per donar facilitat als que la van a visitar, però també als que hi viuen”, explica Gaspart. El principal maldecap per als veïns és l'estacionament dels autocars i s'hi estan cercant solucions.





El president de Turisme de Barcelona, dirigeix el grup HUSA, ha estat president del FC Barcelona i actualment presideix la Unió Esportiva Sant Andreu. JUANMA RAMOS

d'euros en l'aeroport del Prat. Però entenem que són temes diferents. Aena s'haurà de plantejar que, precisament, per rendibilitzar aquesta gran inversió el que ha de fer és promoció. Aquesta seria una línia d'ingressos. N'hi ha d'altres, però el món empresarial no en vol ni sentir parlar...

#### La taxa turística?

De la contribució d'un euro per estada, l'empresari hotelier, a excepció de mi mateix, hi està en contra.

#### Vostè hi està a favor?

Sóc un convençut. Pot arribar el dia que ens adonem que les ocupacions s'han estancat, que haurem d'ajustar preus i que veiem que altres ciutats ens estan guanyant terreny perquè són més agressives i es gasten més diners... aleshores tot serà plorar i córrer a buscar els recursos. Però mentre això no arribi, aquesta via queda aparcada i el món empresarial no vol ni sentir-ne parlar.

Entre les normatives turístiques que estan canviant, fa poc es va posar fi al monopoli de les agències de viatges en la intermediació. ¿S'estan posicionant els hotelers per

#### vendre alguna cosa més que nits d'hotel?

L'intermediari entre el client i l'hotel no desapareixerà sinó que s'incrementarà en el futur. Ara bé, l'hotelier ha d'explorar les possibilitats que li dona la legislació i obrir-se a altres alternatives que ofereix el mercat. Efectivament, els hotelers s'estan preparant per ampliar l'oferta i per poder omplir els establiments de la forma més rendible possible.

#### I Turisme de Barcelona, ¿podria vendre nits d'hotel per aconseguir recursos?

Turisme de Barcelona és un model singular i confio que es mantingui el caràcter mixt públic-privat, que no trobem a altres parts. Mentre jo sigui president seré molt curós i no farem res que perjudiqui o envaeixi l'àmbit privat. Si algun dia es possessin en marxa iniciatives que ens donessin recursos a través de la venda de nits d'hotel, hauria de ser d'acord amb el sector, la qual cosa veig molt difícil. Em sembla que es ficaria en un terreny que no és el propi.

#### I el bus turístic doncs?

És un servei que sempre ha fet Turisme de Barcelona

amb Transports Metropolitans de Barcelona i ara ja fa uns anys que ha sorgit la competència a través de la iniciativa privada. Hem d'anar amb molta cura que aquesta competència sigui noble i que en cap moment no s'abusi d'una situació de privilegi que no tingui la iniciativa privada.

#### No creu que un cas similar és el d'Spanair i altres aerolínies que operen al Prat i que no entenen les inversions públiques a la companyia que presideix Ferran Soriano?

En aquest cas, per mi no hi ha discussió possible sobre la legitimitat de l'operació. I no entenc per què es qüestiona que rebí suport públic una aerolínia que l'únic que pretén és intentar que hi hagi vols intercontinentals al Prat.

Els empresaris que han invertit a Spanair -i Turisme de Barcelona també hi participa-, no volen rendibilitat econòmica exclusivament, volen rendibilitat de país; si això és un pecat benvingut sigui. Agraïxo enormement que el govern català hi doni suport i espero que en el futur executiu li continuï donant suport.

Comença a haver-hi altres aerolínies, com ara Vuel-



### El sector rebutja la taxa però quan altres ciutats ens passin, aleshores haurem de córrer

### No entenc que algú qüestionari el suport públic a Spanair que té una missió de país

### Penso que Joan Rosell té moltes possibilitats de ser el president de la CEOE

ling, que reivindiquen aquest paper impulsor del Prat.

Sí, ara resulta que tothom vol fer connexions des de Barcelona; però qui sinó Spanair ha estat qui ha despatat totes aquestes possibilitats? Iberia, que se'n va anar de Barcelona i ens va deixar només el pont aeri i amb Vueling, que, no ho oblidem és Iberia.

Fem una mica de memòria: en el seu moment qui va donar suport al capital d'Iberia i li va permetre ser la gran companyia que ara és va ser una entitat financera de Madrid, les decisions de la qual les prenen des de la comunitat de Madrid. No critico, constato i ho considero legítim. Ara bé, quan ho fem els catalans ja no els sembla tan lícit.

L'increment del turisme a Barcelona no ha estat ben comprès per la ciutadania que viu més els perjudicis que no els beneficis. Com afrontem aquest problema?

Aquest és un tema que no ens preocupa, però sí que ens ocupa. La veritat és que més del 90% dels barcelonins estan totalment d'acord que el turisme és molt positiu, segons la darrera enquesta que ha fet Turisme de Barcelona. Per-

què molta gent viu directa o indirectament del sector. Qui pot estar més en contra dels turistes, aquells que viuen a Ciutat Vella o a prop de la Sagrada Família, perquè és on es produeixen les concentracions. La ciutat de Barcelona és molt gran i mai a la vida no he sentit que es queixin dels turistes la gent que viu a Sant Andreu o Nou Barris, per tant, no parlem de la ciutat sinó de certes zones, i bàsicament una zona. Pensem que hem de treballar molt amb les forces de seguretat, de neteja, perquè aquestes zones no vegin inconvenients.

#### Com es pot solucionar?

De diverses maneres: una intentant que el turista que visita Barcelona gaudeixi de tota la ciutat i evitar les concentracions. Però això és fàcil de dir i complicat de fer. El pla estratègic de turisme, que s'ha aprovat, ja ho preveu i s'ha fet una molt bona feina. Espero que aquesta feina es pugui dur a terme per solucionar aquest inconvenient.

#### Creu que Joan Rosell té possibilitats de ser el nou president de la CEOE?

Crec que té moltes possibilitats de ser president de la patronal espanyola.



## GRAN ANGULAR

# Alimentar-se igual gastant un 4% menys

Augmenta la tendència dels consumidors a mantenir el volum de compres però estalviant amb la compra productes de marca blanca i retallant les despeses en establiments de restauració

JOAN POYANO  
GIRONA

Els espanyols van gastar l'any passat en productes d'alimentació i begudes 86.851 milions d'euros, un 4% menys que el 2008, amb una caiguda més forta als establiments d'hostaleria i restauració (-10,2%) que a les llars (-2%) i institucions (-2,7%). Són dades de l'estudi *Alimentació a Espanya* que elabora anualment l'empresa pública Mercasa. La tendència a l'estabilitat del volum consumit -la despesa disminueix per la baixada de preus- es manté, segons les dades dels últims dotze mesos, entre octubre de 2009 i setembre de 2010. La despesa a casa per alimentació durant el 2009 va ser a Catalunya de 1.657 euros per càpita, un 16,8% més que la mitjana espanyola).

L'informe de Mercasa posa de manifest que, de la despesa total en alimentació, el 74,7% correspon a les llars i un 22,3% als establiments d'hostaleria i restauració, per sota del 30% que es registra abans de la crisi. Pel que fa al consum en la llar, la despesa per persona en aliments i begudes es va situar en 1.419 euros, 4,5 euros per sota de la despesa mitjana de l'exercici anterior. La marca blanca continua guanyant pes en la cistella de la compra i només un 8,4% dels consumidors manifesta no adquirir mai productes de marca del distribuïdor.

Un estudi elaborat per la revista Eroski Consumer a partir d'una enquesta a més de 5.000 persones també conclou que el cabàs de la compra està canviant per la crisi. Mostra que, davant la necessitat d'ajustar la despesa, les llars espanyoles aposten per un canvi en la composició de la compra i opten per les marques blanques, els productes que els distribuïdors comercialitzen amb el seu nom. Un 77% de les llars enquestades afirmen que el pes d'aquests productes en la seva compra habitual és considerable o molt majoritari (a cap comunitat autònoma no baixa del 50%), i el 44% ha percebut com, des del començament de la crisi, el pes de les marques pròpies al seu rebost s'ha incrementat. Com més crisi, més mar-



Presentació, el juliol de 2009, d'una gamma de sucres per a marques blanques de l'empresa Pago. JUDIT FERNÁNDEZ

ca pròpia: aquesta podria ser el resum de les dades proporcionades pels enquestats. La confiança en el distribuïdor que posa la seva marca en els productes que comercialitza és la principal raó que declaren els consumidors per apostar per aquestes marques (en un percentatge aclaparador: el 61%). El que sembla clar és que la confiança en aquests productes és gairebé absoluta: només el 5% declara que no confia en les mar-

ques blanques, i només el 3% dels enquestats afirma que no en compra.

Això, tenint en compte que els consumidors estan clarament preocupats per la qualitat. El 53% de les llars enquestades afirmen que el factor més important en la seva compra quotidiana d'alimentació és la qualitat, mentre que el factor preu és rellevant per a un terç dels consumidors. Altres factors tradicionalment relle-

vants (com la comoditat de les botigues, la varietat de l'assortiment, l'amabilitat i el tracte dels qui atenen en cada botiga o les novetats disponibles als prestatges del comerç) han perdut importància i són el primer factor de decisió per a només el 15% dels enquestats).

**NO ANEM BÉ.** Els més de cinc mil enquestats per Consumer Eroski ho tenen clar: les coses no van bé.

Encara que més de la meitat estimen que la seva situació es manté estable en relació amb la de l'any passat, quatre de cada deu consideren que estan pitjor i només un 4% diuen que ha millorat. Sobre el futur més immediat plana una gran incertesa: un de cada tres enquestats no s'atreveix a pronunciar-se sobre com li aniran les coses l'any vinent. Els qui creuen que les coses aniran millor amb prou feines arriben al 8%.

L'estudi també revela la capacitat d'estalvi dels consumidors. El 44% arriba a final de mes sense aconseguir estalviar pràcticament res, i el 13% declaren que han de recórrer als estalvis, a ajudes de familiars o a préstecs. El 40%, en canvi, afirma que aconseguirà desfer alguns diners a la guardiola (encara que siguin pocs) cada mes, i el 5% dels enquestats té la sort de poder estalviar bastant.

Són permanents els canvis d'hàbits de consum que reflecteixen aquests dos estudis? Per als venedors, no: només el 19% dels assistents al Congrés Aecoc d'empreses de gran consum que es va celebrar a l'octubre creu que el preu guanyarà pes com a factor de decisió de compra durant els pròxims cinc anys, una proporció molt inferior al 30% que tenia aquesta opinió fa dos anys. Se-

## La comoditat perd rellevància en la compra, en favor de la qualitat i del preu

gons els líders del gran consum, el que pesarà més serà la compra de conveniència -productes fàcils i ràpids de preparar- (31%) i el concepte salut i benestar (26%). També augmenta, del 4% de 2008 al 24% actual, el percentatge d'empresaris que pensen que augmentarà la importància de disfrutar amb la compra. Preguntats pels eixos en què les empreses haurien de treballar per situar-se més a prop del consumidor, el 47% creu que cal oferir una experiència de compra més atractiva al consumidor; el 21%, eliminar obstacles, i el 18%, treballar en la comunicació.

Fernando Pasamón, soci de Deloitte, opina que els canvis en els hàbits de consum no són conjunturals per la crisi econòmica, sinó que aquesta ha accelerat la transformació del consumidor cap a un major nivell d'exigència, comprant menys però millor. «Així mateix -assenyala- s'està produint d'una forma aparentment anàrquica una desregulació del consum tant en l'àmbit espacial i temporal (compra a qualsevol lloc i a qualsevol hora: conveniència), com per edats i consciència de classes (compra a la vegada tant premium com low cost).»

## Més anar a fer el vermut i pocs whiskys

L'estudi de Mercasa planteja una possible substitució de les sortides a menjar -baixen un 4,5% i el pressupost que s'hi dedica, un 2,1%- per anar a prendre l'aperitiu malgrat que aquest costa un 5,5% més, mentre que es manté el costum d'esmorzar al bar.

Segons la marca de begudes Rives, la crisi econòmica ha reduït el consum per càpita dels combinats estrella com el gintònic i el cubalibre, i ha

causat una dràstica pèrdua de públic als bars i locals d'oci, sector que aquest any facturarà un 10% menys. Segons el president de Rives, Augusto Romero, «la venda de licors registra des de l'any 2008 una caiguda d'entre el 3 i 4%», descens que s'ha accentuat aquest any. Rives apunta que augmenten les compres de licor als supermercats per veure a casa, però que això no

compensa el descens del consum als locals d'oci. Algunes varietats, com la ginebra i el rom, estan guanyant adeptes enfront del whisky, el vodka o el brandi.

A més, els consumidors de begudes espirituoses tendeixen cada vegada més a refinar el paladar i a desenvolupar el gust per l'exquisit, prioritzant la qualitat per sobre de la quantitat.



# Dues petades de bombolla diferents

El pes de l'arruïnada banca irlandesa en l'economia del seu país triplica el que tenen les entitats financeres espanyoles

JOAN POYANO  
GIRONA

Els dubtes sobre Irlanda han vingut per la debilitat del seu sector financer, el rescat del qual el govern xifra en 50.000 milions d'euros. Tant els bancs espanyols com els irlandesos han concedit molts crèdits al sector immobiliari i tenen una important dependència del finançament exterior, ja que els crèdits superen àmpliament els dipòsits. Però hi ha una diferència important: els crèdits en el cas d'Irlanda superen els dipòsits en la proporció de 2 a 1, mentre que en els espanyols la relació és d'1,3 a 1. A més, l'origen de les pèrdues del sector financer espanyol es limita al sector immobiliari intern, mentre que la banca irlandesa també va invertir molt en les hipoteques porqueria nord-americanes.

Les hipoteques que sobre els pressupostos públics representa haver de rescatar la banca també són molt diferents, ja que els actius dels bancs irlandesos equivalen a deu vegades el PIB del país i els de l'espanyola només el tripliquen.

Si mirem la fragilitat dels comptes públics -el que en teoria miren els mercats financers, que desapareixen l'interès que demanen per comprar deute d'estats que no el controlen, amb el consegüent risc que no puguin pagar-, Irlande

està millor que Grècia però amb perspectives d'acabar estant molt pitjor, i l'Estat espanyol es distància (en sentit positiu) de tots dos. El dèficit públic espanyol és el menor i, a més, pocs analistes dubten que aquest any es reduirà fins al 9,3% del PIB; menys confien -començant per la Comissió Europea, que demana al govern espanyol que vagi prepa-

## El dèficit públic d'Irlanda no ha tocat sostre i pot arribar al 32% del PIB

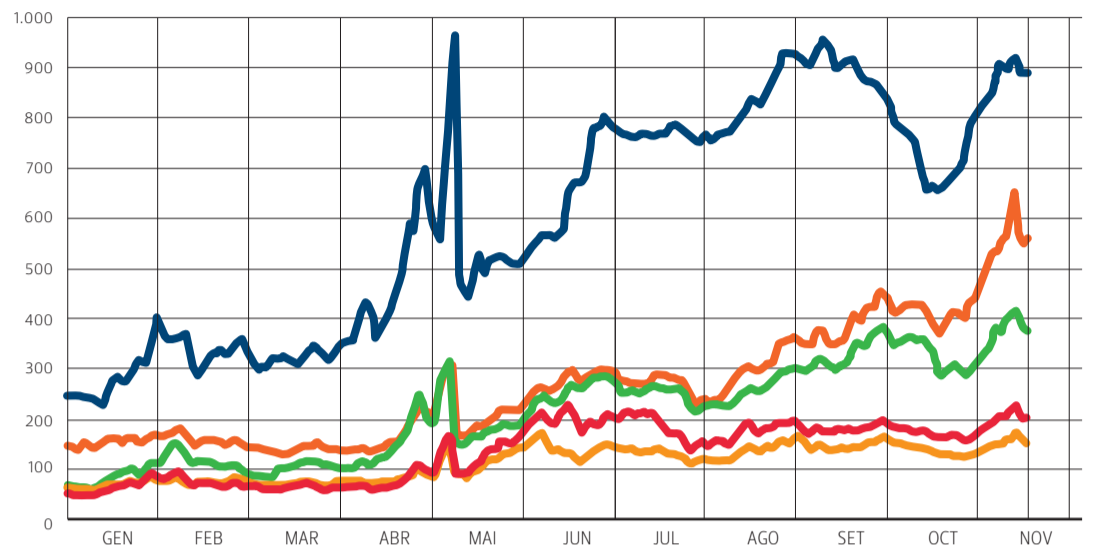
rant retallades addicionals - que al 2011 s'aconsegueixi baixar-lo al 6%. Mentrestant, el dèficit públic d'Irlanda encara no ha tocat sostre: l'any passat va ser del 14,7% del PIB i aquest any pot superar el 32% pel cost del rescat del sistema financer. Això perfila per als comptes públics irlandesos un panorama més negre que els de Grècia, que va tancar el 2009 amb un dèficit públic del 15,4% del PIB, segons l'última revisió.

D'altra banda, l'evolució del dèficit públic espanyol ha anat molt lligada al cicle econòmic, ja que quan aquest era expansiu es van registrar superàvits i els números vermells s'han disparat de

## Evolució de la prima de risc

Any 2010. En punts bàsics

GRÈCIA IRLANDA PORTUGAL ESPANYA ITÀLIA



FONT: BLOOMBERG

manera conjuntural pels plans d'estímul. En aquest sentit, l'economia irlandesa es pot equiparar amb l'espanyola perquè en els últims deu anys i fins al començament de la recessió ha registrat superàvit gairebé en tots els exercicis. Grècia, en canvi, té un dèficit estructural que des de l'any 2000 ha estat d'una mitjana que supera el 3%.

Pel que fa al deute públic, l'Estat espanyol també surt més ben parat, ja que era del 53,2% del PIB al 2009 i la previsió per aquest any és que sigui del 62,8%, molt poc per sobre del límit marcat al pla d'estabilitat i creixement de la UE (60%). El 2009, Irlanda tampoc tenia un deute acumulat excessiu, un 65,5% del PIB, però caldrà veure com acaba aquest exercici després que el seu dèficit s'hagi disparat. Grècia, amb un deute acumulat del 127% del PIB, té, com en el cas del dèficit, el problema que també és estructural, ja que la mitjana dels últims deu anys és del 100% del PIB.

En relació amb el perill d'impagament de deute públic, el Tresor espanyol té a caixa uns 39.000

## Deu anys de la suspensió de pagaments de l'Argentina

La UE no deixarà caure cap membre en la insolvència perquè està convençuda que seria la fi de l'euro, però que passaria si un estat deixés de pagar? El 2001, l'Argentina va declarar la suspensió de pagaments més gran de la història, per 102.000 milions de dòlars en bons sobirans a les mans de creditors privats. La majoria, 81.800 milions de dòlars, va ser reestructurada al 2005, amb un canvi de bons que significava una disminució del nominal del 43% al qual es van adherir un 70% dels creditors. Al 2006 va saldar el deute de 9.500 milions de dòlars amb l'FMI, i negocia saldar l'any que ve l'últim, de 6.706 milions de dòlars, amb els estats creditors que formen el Club de París.

milions d'euros, suficients, ja que aquesta quantitat és més del doble que els 19.000 milions d'euros en venciments de deute que ha d'afrontar fins a final d'any. De la mateixa manera, la Hisenda irlandesa té prou recursos per pagar venciments de deute fins a la meitat de l'any que ve, una situació molt diferent de la que tenia Grècia quan va viure la crisi de febrer que va provocar el seu rescat: el problema era que en dos mesos li vencien 20.000 milions d'euros, quasi la meitat del deute en circulació.

Però quan els mercats et posen el qualificatiu de «perifèric», aquestes diferències no compten gaire. Dimarts, quan el govern irlandès donava allargues al rescat, el diferencial del bo irlandès a deu anys en relació amb l'alemany va augmentar 20 punts bàsics, però el grec ho va fer de 26; dimecres, Portugal va col·locar lletres a un any un 48% més cares que dues setmanes abans, i dijous l'Estat espanyol va col·locar obligacions a 10 anys a un tipus marginal del 4,632%, un 11% superior al de la subhasta del 16 de setembre.



Ara pots fer-te subscriptor de L'Econòmic

Tel. 972 18 64 80  
www.leconomic.cat

Oferta especial llançament  
47 €/any

El salmó català

SETMANARI D'INFORMACIÓ I ANÀLISI SOBRE L'EMPRESA  
**L'ECONÒMIC**

Si vostè és dels que comencen el diari per la secció d'economia perquè sap que allà hi troba les claus per entendre millor el que passa al món, L'Econòmic és el seu millor aliat. El nou salmó català posa al seu abast el món de l'empresa i l'economia del nostre país, des del rigor, l'anàlisi i la reflexió.

L'economia, més a prop



## GRAN ANGULAR

# Cadenes hoteleres russes volen desembarcar a la costa catalana

**EXPANSIÓ.** Tres grups turístics eslaus busquen establiments de tres o quatre estrelles. **COMPLEXOS TURÍSTICS.** Les operacions preveuen canalitzar l'augment de demanda de la Federació Russa a les destinacions de sol i platja

ANNA PINTER  
BARCELONA

Cadenes hoteleres russes han posat el punt de mira en la costa catalana. La mostra d'aquest interès és que tres de les principals firmes del sector turístic de la Federació Russa estan a punt de comprar hotels a Catalunya. Així ho explica Ferran Escura, soci director de Bufete Escura, que assessora les companyies en aquest procés i no vol avançar el nom de les firmes.

L'objectiu dels inversors turístics russos, segons explica Escura, són hotels que són vora el mar, amb una categoria de tres o quatre estrelles i que ja estan construïts. Escura, que no ha volgut revelar el nom de les companyies implicades en l'operació, explica que aquestes adquisicions no responen a un interès immobiliari sinó al procés d'internacionalització del sector turístic rus com a resposta a l'elevada demanda dels turistes eslaus per les destinacions càlides.

D'aquesta manera, les cadenes moscovites aspiren a ser gestores dels complexos hotelers que comprin a Catalunya per captar turistes russos mitjançant operadors del seu país, seguint més o menys el model que han desenvolupat les grans cadenes hoteleres de l'Estat espanyol al Carib.

Escura avança que les cadenes hoteleres estan sent especialment actives darrerament. A més de les tres operacions que ja tenen en dansa, busquen més hotels que es venguin tant a la costa catalana com a la resta de l'Estat.

El soci director del Bufete Escura, que fa més d'un any que va obrir despatx propi a Moscou (Rússia) i més de cinc que és present a Kíev (Ucraïna), explica: "Les cadenes hoteleres

## LES XIFRES

**420.000**

visitants russos han entrat a l'Estat espanyol al llarg de l'any 2010.

**65%**

es queden a Catalunya El Principat és la destinació preferida dels turistes russos a l'Estat.

**13**

dies d'estada és la mitjana de temps que es queden aquests turistes a Catalunya.

amb què treballem són dirigides per professionals formats en països anglosaxons amb una llarga trajectòria en el sector", explica Escura.

Aquesta aposta del sector hoteler coincideix amb un fenomen creixent del tu-

## Les companyies aspiren a ser les gestores dels establiments que adquireixin

risme rus a Catalunya. Enguany, segons les previsions inicials, ha pujat al voltant del 40 per cent respecte a l'any passat.

Des del grup turístic Serhs, que manté acords de col·laboració amb operadors de la Federació Russa per captar turistes d'aquell territori, han estimat que dels 420.000 russos que visitin l'Estat espanyol, el 65 per cent es quedarà a Catalunya, un 15 per cent més que el 2009.

L'interès del sector turístic no va només en una direcció. Des del bufete Escura, expert en les relacions

comercials entre Catalunya i Rússia, asseguren que una gran firma hotelera espanyola està a punt de tancar una important compra d'immobles a Moscou per construir-hi hotels.

Ara com ara, segons dades del Comitè Municipal de Moscou, cada any es construeixen hotels que fan incrementar de 1.000 a 3.000 el nombre de llits. Tot i això, l'oferta hotelera encara és reduïda. Una de les accions que han portat a terme les autoritats locals per posar fi a aquesta mancança ha estat el disseny d'un pla d'impuls que preveu la construcció de 302 hotels amb vista al 2015.

D'aquesta manera, la capacitat hotelera arribarà fins als 500 hotels, la qual cosa representa aproximadament 150.000 llits.

**OPORTUNITATS.** El turístic no és l'únic àmbit que ha despertat interès. Segons una anàlisi que va fer la Cambra de Comerç de Barcelona per preparar la visita d'un grup d'empresaris i organismes de Sant Petersburg a Barcelona el 18 d'octubre passat, el sector immobiliari i de la construcció representa molt bones oportunitats de negoci per a les empreses catalanes.

El pla d'infraestructures del transport rus, que s'ha de desenvolupar en els pròxims anys, preveu la construcció d'una xarxa de carreteres de peatge i de línies fèrries d'alta velocitat. Ferran Escura assegura que gran part d'aquestes infraestructures sortiran a concurs internacional amb l'aval financer de la UE. "D'aquesta manera hi haurà més garanties per a les empreses interessades a concursar-hi", hi afegeix.

D'altra banda, el sector agrari viu un moment de creixement i requereix adquirir i desenvolupar maquinària agrícola. Els béns d'equipament, doncs, es converteixen en una àrea



Imatge d'una platja a Blanes l'estiu passat. MANEL LLADÓ

especialment interessant per a la inversió catalana. Així mateix, l'anàlisi de la Cambra assenyalava que s'obren noves oportunitats per al negoci de la indústria mèdica i farmacèutica. "L'equipament existent a les clíniques és obsolet, i la producció local és escassa", assenyalava l'informe.

De fet, el 75 per cent de la demanda del sector sanitari és importada de l'estranger.

Pel que fa a les exportacions, les activitats que tenen més demanda són les de béns de consum i l'agroalimentària. "La indústria local encara és poc competitiva, i l'emergent

classe mitjana té una elevada tendència al consum", expliquen des de la Cambra de Barcelona.

La pilota, doncs, és al terç de l'empresa catalana, que ha de fer un salt per arribar a un mercat emergent de 150 milions d'habitants, al qual, ara per ara, encara està girada d'esquena.

## EL PERFIL

### Jove i d'alt poder adquisitiu

El turisme procedent de Rússia té un potencial que les empreses catalanes no haurien de deixar escapar. Catalunya va rebre més de la meitat dels turistes russos que van venir a l'Estat espanyol. Segons dades de l'Agència Catalana de Turisme de l'any 2009, van arribar

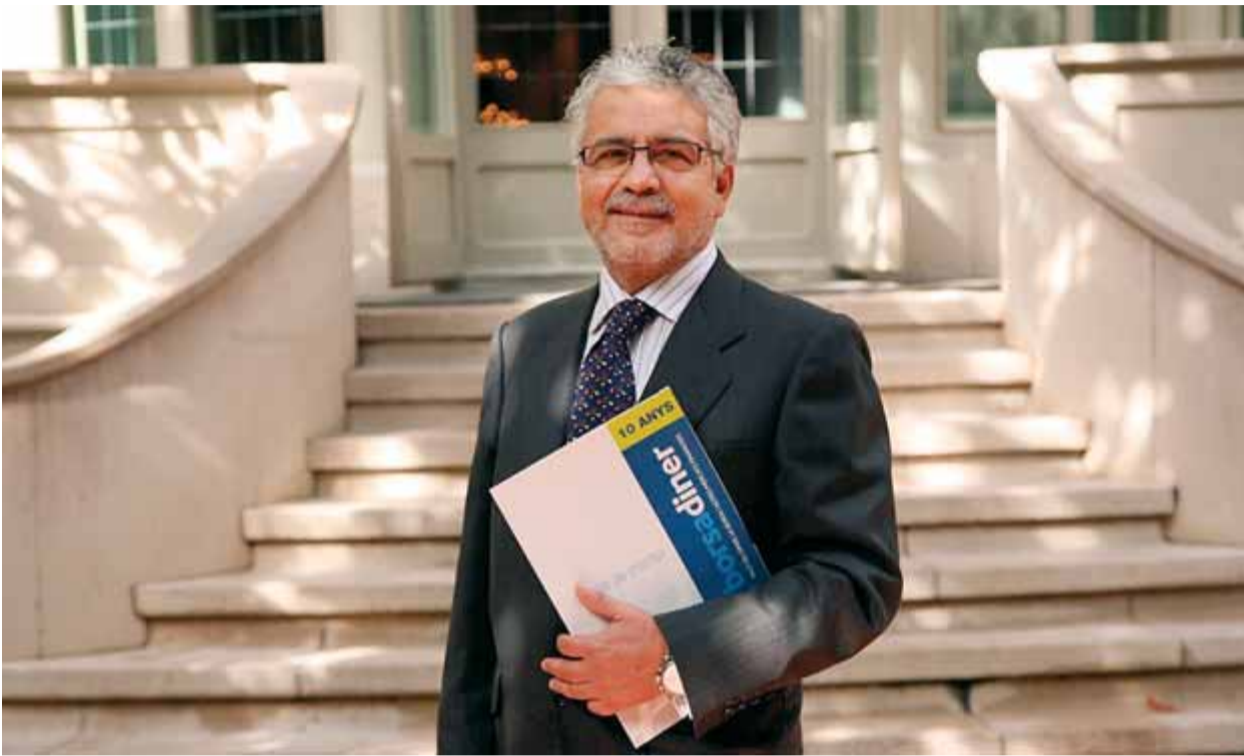
238.000 turistes procedents d'aquell mercat eslauc, els quals van fer un total d'1,6 milions de pernactacions.

Pel que fa al perfil, el turista rus acostuma a ser una persona de 25 a 45 anys, amb un alt poder adquisitiu, que ve amb família. Viatja

preferentment a l'estiu i busca sol i platja.

La majoria arriben en avió, i s'organitzen el viatge amb força antelació i a través d'una agència de viatges. La seva estada mitjana a Catalunya és de 10 a 12 dies, superior a la dels turistes d'altres mercats emissors.





Rafael Rubio és el president de Borsadiner, saló que ofereix alternatives a l'inversor particular. ARXIU

## Rafael Rubio

PRESIDENT DE BORSADINER

“Amb una borsa seca, qui pot aportar liquiditat ara és el petit inversor”

JORDI GARRIGA  
BARCELONA

Són temps convulsos per a la borsa, i per això un fòrum com Borsadiner, adreçat al petit inversor, pot donar claus de com enfocar el futur als mercats. Rafael Rubio presideix una fira que ja ha fet deu anys.

Com ha evolucionat la fira al llarg d'aquests deu anys?

Hem arribat a la desena edició, que suposa assolir la maduresa. Aquesta fira s'ha caracteritzat per la fidelitat constant del públic, fins i tot en els anys 2000, 2001 i 2002, anys de la bombolla d'internet. L'assistència dels expositors, en canvi, sí que ha estat pendent de com anava el mercat. Cal tenir en compte que la fira està enfocada a atendre la demanda dels inversors estalviadors. Po-

dem dir, al cap d'aquests deu anys, que la cultura financera a Espanya s'ha incrementat bastant, i ara amb la crisi, encara rebrà un altre impuls. Els expositors insisteixen que el públic que assisteix a Borsadiner, a diferència del que va

“

**En les darreres edicions hem vist una actitud optimista, fins i tot massa**

**Després de la crisi l'inversor es torna conservador i va cap a l'oferta sense risc**

a la fira similar de Madrid, és molt diferent. L'inversor que va a Borsadiner té molt més clar quins són els seus problemes, que vol i denota més cultura financera. En les darreres edicions un tret característic ha estat l'actitud optimista, fins i tot massa optimista, que hi ha hagut.

Fins a quin punt la duresa de la crisi pot haver fet anar l'inversor de jugar amb el risc a la prudència? Això es va notar més en la crisi de l'any 2000, perquè aleshores els inversors tenien l'alternativa del totxo, i un col·lectiu important de petits inversors van abandonar la borsa per endinçar-se en el món immobiliari. Aquesta crisi, en canvi, s'ha assumit de forma més pacient, amb més realisme, potser perquè no hi ha gaires alternatives a la borsa, atès que l'estalviador inversor el que cerca és una rendibilitat més alta

que la inflació. És cert, però, que després d'una crisi l'inversor es torna més conservador, i cal fer passar un temps i assumir de mica en mica més risc. Aquesta actitud més conservadora ha coincidit ara amb una oferta sense risc, els dipòsits que ofereix la banca, o els bons d'institucions com la Generalitat, que ofereix una rendibilitat extraordinària.

En aquesta actitud, hi pesa molt la realitat específica del nostre mercat borsari. La visió que tenim del mercat borsari espanyol, que amb Grècia, Irlanda i Portugal, quina casualitat, és el que està caient més, és molt diferent de la que qualsevol inversor, encara que sigui espanyol, té de la seva cartera en renda variable d'altres borses europees o de la dels Estats Units. Wall Street ha crescut un 10% en els últims dotze mesos, mentre que a Europa veiem

que s'ha arribat a un punt d'equilibri, sense pèrdues. Això contrasta amb la borsa espanyola, que té unes pèrdues del 15% i que l'any vinent tindrà molts dubtes.

**Cal, doncs, mirar cap a fora.**

És l'ocasió perquè, d'una vegada, l'inversor espanyol s'adoni que més enllà de l'Ibex 35 hi ha també borsa. S'està donant la situació extraordinària que les borses d'economies emergents són ara mateix les més rendibles, però és que, a més a més, són les que pateixen menys volatilitat, en relació amb les occidentals, ara més propenses al risc. A més, les borses de països emergents són les que tenen més perspectives de creixement. Són les borses de Xile, Brasil, Mèxic o Turquia, entre altres. Borsadiner pot ajudar a convèncer els inversors que els mercats borsaris són mercats globals, i que a la borsa no es pot tenir una perspectiva localista.

**També hi té a veure quina mena de valors cotitzen en un o altre mercat.**

Certament, l'inversor estalviador ha de tenir molt en compte un fet molt important. En el mercat borsari espanyol hi tenen molt de pes empreses del sector financer, que els costarà molt sortir de la crisi, i empreses l'activitat de les quals depèn molt de mercats regulats, en què les tarifes les marca el govern. És el cas de les empreses elèctriques. A Espanya, entre les grans empreses cotitzades, no tenim empreses fabricants de productes de consum, la fixació de preus de les quals no ve determinada per una tarifa. L'única excepció que tenim és Inditex, i podem comparar la seva marxa amb la de qualsevol elèctrica o banc. Si observes les cotitzacions alemanyes, et trobes entre les principals Siemens o grans companyies de metall bàsic o consum. Això cal tenir-ho en compte a l'hora d'obrir-se a mercats diferents de l'espanyol.

**El petit estalviador inversor ha guanyat importància, amb la crisi.**

Doncs sí, està més sol·licitat que mai. Ho ha demostrat en l'OPV d'Enel, que l'han salvada els petits estalviadors inversors perquè s'havia plantejat tot reservant un 80% per als grans inversors i resulta

que només en van cobrir un 30%. El 50% restant el van haver d'assumir els petits. Jo crec que mentre el mercat financer romangués, i això encara durarà un temps, qui tindrà liquiditat serà el petit estalviador inversor. Per això el petit accionista està més ben considerat pels grans valors del que ho estava fins ara, que tenien la condició de ser de segona categoria i no se'ls prestava atenció.

**La Comissió Europea vol controlar el mercat, especialment l'activitat OTC o els productes d'alt risc. Com transformarà això el negoci borsari?**

No podem permetre que per manca de regulació hi

“

**Els mercats financers s'han de basar en la confiança de qui hi inverteix**

hagi excessos en la comercialització de determinats productes, que acaben per col·locar en una situació de risc les entitats financeres i tot el sistema. Els mercats borsaris s'han de basar en la confiança dels inversors, que si no tenen la seguretat que les seves inversions estaran protegides per regulacions, el conservadorisme que ha aparegut després de la crisi, i que pot durar uns cinc anys, es podria perllongar durant tota una dècada. I això significaria menys negoci als mercats, que a ningú li interessa.

**Emprenedor Anònim**

Si voleu començar un negoci, disart us ajuda des del principi o a partir del punt que vulgueu, per entrar al club de **L'Emprenedor Conegut**

Vegeu-ho a [www.disart.cat](http://www.disart.cat)

disart

972 21 66 92



## GRAN ANGULAR



Jordi Garcia va començar a dissenyar Alumni UB fa un any i mig per encàrrec del Rectorat. JOSEP LOSADA

# La universitat pública adapta el model anglosaxó d'Alumni

**COMPETITIVITAT.** L'objectiu principal és fomentar el 'networking' entre exalumnes i alumnes a través de noves associacions i guanyar atractiu per captar estudiants en un nou marc de competència internacional

**BERTA ROIG**  
BARCELONA

Una imatge típica dels campus universitaris dels EUA és la dels alumnes vestint dessuadores amb l'emblema de la seva universitat. Res a veure, però, amb el que passa als campus catalans o espanyols. Aquí als currículums es destaca què s'ha estudiat però si no és un MBA en una cotitzada escola de negocis el lloc passa a un discret segon terme. Són les característiques d'un sistema universitari públic que cuida la formació acadèmica però que, en canvi, ha descuidat molt la connexió entre universitat i alumne més enllà dels quatre anys que dura una llicenciatura.

Aquesta tendència és la que s'han proposat trencar ara algunes universitats públiques catalanes a base

d'adaptar el model d'associacions d'exalumnes que funciona des de fa dècades als centres anglosaxons, i que més recentment han importat a Europa les escoles de negocis i algunes universitats privades.

La pionera a fer aquest pas

**La pionera ha estat la UB però en breu la seguiran la UPF i la UPC**

ha estat la Universitat de Barcelona, que ha llançat Alumni UB, una agència que vol aplegar els exalumnes i fomentar especialment l'activitat de *networking* i la borsa de treball. «Volem passar de les 3.000 ofertes l'any d'ara a

més de dues-centes mil», explica l'arquitecte i director d'aquesta nova agència, Jordi Garcia. De moment Alumni UB ja disposa de 5.000 socis, però aspira a arribar als 30.000 en dos anys. Amb un pressupost de mig milió d'euros —finançat el 50% per les quotes de 50 euros l'any que paguen els associats i l'altre 50%, pel mecenatge, que enguany prové de «la Caixa»—, Alumni UB vol sobretot «aprofitar i compartir l'experiència dels exalumnes que han passat per aquí». «Perquè en tènim que han arribat a llocs de gran responsabilitat i que poden ser molt útils als nous alumnes», explica Garcia. Entre els prop de 750.000 estudiants que s'han graduat al llarg de la història de la UB hi ha noms destacats de l'economia o la política actual com Sal-

vador Alemany, Leopoldo Rodés, Jordi Pujol, Artur Mas o Carme Chacón. Tots ells formen part d'un consell de notables constituït per 46 personalitats de diferents àmbits que se sumen a la presidència d'honor d'Alumni UB, que exerceix Miquel Roca.

**RETORN A LA SOCIETAT.** «Als EUA es dona l'opció a aquests exalumnes a retornar part del que han rebut de la universitat», diu Garcia. Allà, de fet, una part important dels pressupostos de les universitats provenen de les donacions d'aquests exalumnes, tot i que aquí, explica Garcia, «no es tracta tant de demanar diners sinó de comptar amb la seva col·laboració en l'orientació professional dels altres alumnes i exalumnes».

I és que, com explica Gar-

cia, a diferència del que passa a la cultura anglosaxona aquí la gent té la sensació que pagant els impostos ja ha fet la seva contribució, «però oblida que la matrícula suposa només el 8% del cost real i que hi ha gent que tot i pagar impostos no pot permetre's pagar aquests 800 euros l'any». Així a través d'Alumni UB també es vol obrir la via perquè els que han passat per la universitat puguin tornar part del que la societat solidàriament els ha donat.

**MÉS INICIATIVES.** A la UB li seguirà en breu la UPF i la UPC, que ja ultimem els darrers detalls per llançar el seu propi grup Alumni. La primera a fer-ho serà la UPF, que preveu presentar-lo després del Nadal. A diferència del que passa a la UB, a la UPF ja hi ha activa una associació d'antics alumnes que aplega totes les facultats i per això ara «hi haurà una coexistència però amb UPF Alumni com a finestra única», explica la directora d'aquest nou programa, Maria Olivé.

També a la UPC han optat per plantejar la nova associació Alumini com un paraigües que coordini les agrupacions que ja funcionen a les diferents escoles, mentre que Alumni UB ha absorbit els clubs que ja existien. Ningú no amaga per això que el canvi pot generar alguna tensió ja que en el fons tots els nous grups Alumni s'han creat directament des dels rectorats, mentre que les associacions que ja existien havien nascut dels propis alumnes. «Però és un pas natural; als EUA ja fa anys que van fer el canvi perquè arriba un moment que les associacions d'alumnes necessiten més recursos i més professionalització, i perquè alhora la mateixa universitat s'adona de la importància de treballar aquesta relació permanent amb els seus exalumnes», explica Olivé. En el cas de la UPF i de la UPC entrar a Alumni serà gratuït, tot i que després s'establiran una sèrie de serveis *premium* com la borsa de treball que requeriran una quota anual que en el cas de la Politècnica encara s'està definint i en el cas de la Pompeu Fabra serà de 60 euros. Amb tot és evident que amb aquestes aportacions no hi haurà prou i per això tot i comptar ara amb recursos propis de la universitat no



**Volem aprofitar i compartir l'experiència dels exalumnes**

**JORDI GARCIA**  
DIRECTOR D'ALUMNI UB

**Guanyar atractiu per captar estudiants és clau amb Bolonya**

**MARIA OLIVÉ**  
DIRECTORA UPF ALUMNI

**Volem obrir la iniciativa a professors i administració**

**MARISOL MARQUÉS**  
VICIRECTORA UPC

descarten anar a la recerca de finançament extern com ha fet la UB. A més, en el cas de la UPC «es vol obrir la iniciativa al personal administratiu i als professors», explica la vicerectora de Relacions Institucionals, Marisol Marqués.

Independentment del model d'estructura triat, totes tres universitats —a les quals es podria unir també la UAB—, treballen amb la mirada posada a Bolonya. «La competència entre les universitats és cada vegada més forta i comptar amb un grup Alumni fort serà un element més per captar estudiants», explica Olivé. Però no només Bolonya. També els canvis en les pautes demogràfiques faran que d'aquí a 15 o 20 anys l'oferta superi la demanda i els estudiants podran triar a quina universitat volen estudiar la carrera o el màster que els interessa, «i potser aleshores en comptes de mirar la que tenen més aprop estaran disposats a fer uns quants quilòmetres per anar a la millor», diu Garcia.

I també en aquesta cursa hi tenen molt a dir els rànquings mundials que es fan en l'àmbit universitari. El funcionament dels programes Alumni és un dels elements que es valoren per puntuar cada centre i per això també hi ha pressa per posar en marxa aquestes noves associacions.



# Resoldre l'equació digital

Els experts auguren que es recupera el mercat de la comunicació, però també hi ha dubtes sobre la rendibilitat futura

JORDI GARRIGA  
BARCELONA

Després d'haver passat no un sinó dos *annus horribilis*, el mercat dels mitjans de comunicació sembla menar pel sender del creixement, en un procés que desemboca indefectiblement en el món digital. Amb tot, no s'esvaeixen els dubtes sobre si és garantida la rendibilitat en el negoci de la comunicació.

Segons l'informe GEMO, que publica PriceWaterhouseCoopers (PwC) el mercat dels mitjans de comunicació a l'Estat ja ha engegat la reactivació, amb un creixement del 5,5% de mitjana fins al 2014, gràcies a la propulsió que oferiran els serveis digitals. El creixement és garantit per a tots els segments, llevat del del edició de periòdics i revistes, que baixen, un 0,5% i un 0,1% respectivament, fins a la data límit de l'estudi. Aquesta reculada seria el senyal més cridaner que la comunicació serà un negoci eminentment digital en pocs anys, fins a un 40%, dins de les projeccions dels autors de l'estudi, que pensen que en cinc anys es poden ultrapassar els 27.300 milions d'euros a tots els vessants: internet, premsa, ràdio, televisió.

Segons l'últim baròmetre anual de l'Associació Mundial de Periòdics (WAN), els editors de premsa preveuen que el 2020 més de la meitat dels ingressos provindran del canal internet. També pensen els enquestats, en un 50%, que els lectors accediran al diari pagant, mentre que un 35% creuen que el servei serà de franc.

Joan Corbella, professor del departament de comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), assenyala que «moltes de les previsions es basen a relacionar l'evolució de la crisi econòmica amb la dels mitjans, i sí, si el pitjor de la crisi ha passat, es podrà fer més despesa privada en comunicació, però i si hi ha una recaiguda?» Certament, el model tradi-

cional d'ingressos dels mitjans de comunicació, del 40% a través del pagament dels usuaris i d'un 60% per la via de la publicitat, s'inverteix i en l'esdevenidor immediat serà d'un 40-60%. Però en l'univers internet, el mannà publicitari és molt menys generós, com apunta Corbella: «En el món digital, la publicitat als mitjans d'informació no arribarà als volums del paper, perquè a la xarxa l'anunciant pot triar entre més circuits, com ara les xarxes socials o els cercadors.»

El professor de màrqueting d'Esade Joan Francesc Valls té molt clar que «en publicitat, mai no es tornarà a les facturacions històriques. És clar que no creixerà en els mitjans escrits, que crec que tenen corda per molt de temps, però tampoc en els mitjans informatius a la xarxa, perquè hi ha la dificultat de com es mesura l'impacte de la informació, a l'inrevés del mitjans clàssics, com diaris, televisió o ràdio, en què se sap com mesurar la audiència».

El professor de màrqueting d'IESE Xavier Oliver relativitza les previsions de creixement del sector, en considerar que, «com que havien caigut tan avall, que vagin cap amunt amb creixements del 5,5% és irrellevant». En la seva prospectiva de futur, «els ingressos baixaran radicalment a internet, amb un model en què jo et poso bàner i et pago per quanta gent l'ha vista, pels impactes reals que ha tingut». En aquest procés de segmentació, també veurem com molta publicitat anirà associada a seccions o temes determinats. Val a dir que el negoci publicitari a internet ja està immers en un procés de depuració, després de constatar que campanyes costoses no han reeixit en el consumidor, mentre que altres basades en la viralitat han tingut un èxit sobtat. Ens trobarem amb fórmules enginyoses: si el lector accepta llegir el seu diari digital amb anuncis, o veure un



El paper imprès està en ple procés de migració cap a l'univers digital. MANEL LLADÓ

## L'empresa periodística esdevindrà editor de serveis en el futur

programa de televisió, no pagarà la subscripció. Estem davant un nou públic que, com més va més ve, «es mou en termes de valor, i voldrà que se li ofereixin coses, entrades, viatges, etc.» Un fenomen, el del club de subscriptors, que en realitat és un club de venda, que les empreses editores ja exploten, tot esdevenint més aviat editors de serveis.

Per atenuar la pèrdua de guanys publicitaris, podrien aparèixer sofisticats de combinació del diari físic amb el virtual. Com preveu

Joan Corbella, «és versemblant concebre un gran diari que, en paral·lel a la versió digital, que contindria tots els continguts, faci, per cercar un mercat massiu en paper, una versió en paper reduïda, que permeti mantenir ingressos de la publicitat». N'hi ha, de models reeixits d'abonament a un diari, però es tracta de productes especialitzats, com ara els diaris econòmics *The Wall Street Journal* o *Financial Times*. En l'àmbit generalista, veiem com *The New York Times* assaja amb un model híbrid, en què s'incentiva la subscripció amb l'obsequi de continguts gratuïts.

Una de les grans incerteses que es plantegen, i és difícil de resoldre, és els drets de la propietat intel·lectual. José Antonio Ortega, consultor responsable del sector

de mitjans de comunicació de PwC, creu que «el mitjà digital continua sent feble per la pirateria, en la mesura que, en permetre l'accés massiu, admet la rèplica massiva. Ens trobem que en molts blocs no es respecta la propietat intel·lectual, i es copien de manera indiscriminada continguts». Tot i els gestors que eviten que la còpia sigui piratejada, caldrà redoblar esforços en la inspecció sobre la xarxa per tenir sota control el plag. Des del punt de vista del professional de la informació, com assenyala Corbella, es poden generar greuges quan «un redactor realitza una informació que després el seu mitjà, per conveni, la cedeix a un altre, sense que aquesta explotació dels drets hagi estat prèviament convinguda».

## Esperança dipositada en les plataformes mòbils

Els smartphones i altres dispositius amb accés a internet poden trasbalsar el mercat dels continguts informatius, en suposar un estímul per als ingressos per ús i per la publicitat. José Antonio Ortega té clar que «hi ha un negoci interessant, en la mesura que es pagarà per instal·lar l'aplicació i per la subscripció, però és indispensable que es doni al consumidor alguna cosa diferent, com vídeos o més

interactivitat, si realment es vol fidelitzar el seu abonament». Joan Corbella es pregunta si dispositius com ara els telèfons intel·ligents d'última generació o les tablettes, «a banda de canibalitzar l'accés a la informació a través del PC de casa o de la feina, genera nous usuaris» «Ho dubto», diu. Coincideix amb Ortega que el dispositiu mòbil exigeix una adaptació de formats, que «si no hi ha prou públic, potser

no val la pena fer-ho».

L'eclosió d'aquests dispositius ha posat de manifest, però, que el consumidor d'informació ja no percep internet com un simple mitjà, i demana que tots els formats mitjans de comunicació mantinguin la seva interactivitat. Així, un altre boom pot ser la televisió amb connexió web, que obre la finestra, com diu Ortega, «a models infinits d'explotació, en obert i tancat».



## GRAN ANGULAR

## I ara, debilitat extrema

OPINIÓ



Esteve Vilanova

La campanya electoral transcorre com si no fossin conscients de la situació real de Catalunya, i almenys els partits del tripartit ho haurien de saber millor que la resta de catalans, perquè en són els gestors màxims d'aquests darrers set anys. Com nosaltres en sabem els efectes, podem deduir que la malaltia és greu i necessitarà d'una teràpia contundent i llarga convalescència, abans no recobrar un mínim de salut. En el nostre país aquests darrers anys s'han destruït milers d'empreses, milers de comerços, centenars de milers de llocs de treball, fins a arribar al 17% d'atur, el 40% entre els joves. Des del 2007 han tancat 18 empreses multinacionals, deixant milers de treballadors a l'atur amb un nivell d'estudis molt baix, i una edat mitjana de 35 anys.

Des de l'inici de la crisi, Catalunya ha perdut 400.000 llocs de treball i, d'aquests, 180.000 s'han perdut a la indústria. Hem tingut caigudes de la producció que en certs sectors ha superat el 20%. I les multinacionals que suposaven a Catalunya el 50% de l'ocupació industrial, ara només és del 30%. I el més punyent de tot: Catalunya ja no és un país atractiu per a les multinacionals. I quan baixa la producció i tanquen empreses i comerços i augmenta l'atur, la conseqüència lògica és el que ha passat, que els ingressos de totes les administracions s'han reduït considerablement. I mentre aquesta tempesta ja ens afectava tremendament, en lloc de reduir despeses, el nostre govern les ha incrementat. La plantilla de funcionaris s'ha incrementat de 86.000. D'aquest total,

35.000, essent de mossos, de sanitaris i de mestres, atès l'increment de població, en podem tenir una justificació, però de la resta no. I amb aquesta situació la despesa corrent s'ha incrementat amb 2.400 milions d'euros anuals. I com la imprudència no té fi, per poder anar pagant aquesta despesa corrent, ens hem anat endeutant, sense adonar-nos dels efectes perversos que té aquesta política. Si era imprescindible acudir a la fórmula dels bons, com s'ha fet ara, perquè tots els altres mercats ens són

### La despesa corrent s'ha incrementat amb 2.400 milions d'euros anuals

tancats i teníem la caixa buida, la mínima prudència i fins i tot responsabilitat aconsellava que s'hagués fet una emissió amb venciments més llargs. A un any i amb aquestes condicions que ranegen a la dels països més insolvents, sembla talment que qui ho va idear estava segur que no hi seria d'aquí a un any.

I ara, amb aquesta debilitat extrema i amb les hipoteques que aniran venent puntualment, i les despeses corrents que cada mes s'han de pagar, el nou govern haurà de posar en marxa un pla de sanejament econòmic fortíssim, que en molts casos requerirà desfer molts compromisos contrets irresponsablement. Arruïnar un país amb el populisme costa molt poc; refer-lo pot costar molt de temps d'esforç i de sacrifici. Per tant, ara toca fer menys promeses que incrementin les despeses que la situació d'avui i del futur immediat, no és per tirar coets.

**Diplomat en administració i direcció d'empreses per Esade**

# Els garantits protagonitzen la campanya de fons de pensions d'aquest any

**FISCALITAT.** La reducció de la quota de l'IRPF és el que més es valora d'aquests productes d'estalvi per davant de la rendibilitat, segons les gestores

**JOAN POYANO**  
GIRONA

Els plans de pensions garantits (66%), els mixtos (26%) i els de renda fixa (17%) seran els més demanats fins a final d'any, segons la primera enquesta que ha fet l'Observatori Inverco a les entitats gestores. En l'últim trimestre es capta el 50% del volum de subscripcions de tot l'any -les gestores fan campanya destacant que es pot reduir la quota de l'IRPF ja que les aportacions es resten de la base imposable- i, segons assenyala el director de l'observatori Inverco, Àngel Martínez-Aldama, els gestors creuen que els participants es decantaran més pels plans garantits enfront dels mixtos, productes que tradicionalment han despertat més interès, com a conseqüència de la situació d'incertesa. El 49% de les gestores consultades preveuen, a més, que el volum de subscripcions netes de 2010 es mantingui o augmenti en relació amb els 1.600 milions d'euros arribats de 2009, a causa de l'increment de la taxa d'estalvi de les famílies, la rendibilitat i el tractament fiscal. En contrast, el 17% preveu que aquesta xifra disminueixi pel context econòmic i la reduïda liquiditat del producte. El que més es valora dels plans de pensions com a producte d'estalvi és la seva fiscalitat, la seva seguretat, la rendibilitat, la transparència i, en últim lloc, la seva liquiditat.

Per al 77% de les entitats els traspessos són una eina útil per invertir en plans de pensions i, per tant, és important que els participants sàpiguen aprofitar les seves possibilitats. Canviar els diners d'un fons a un altre no té cost, i les gestores mantenen la política de premiar el transfuguisme, però afe-

gint-hi compromisos de permanència per evitar que l'inversor fugi cap a un altre cantó un cop cobrat el premi i a la recerca d'un altre. Banesto, per exemple, paga un 3% per aportacions que vinguin d'una altra entitat, sempre que la inversió duri almenys tres anys, i Ibercaja eleva el període mínim fins a quatre anys.

També s'ofereixen rendibilitats atractives de dipòsits si es contracten amb plans de pensions: Banc Sabadell ofereix un 5% a un any; Banc Popular, un 4,25% a dotze mesos, i Caja Madrid, un 4% a dotze o quinze.

Segons les últimes dades de la patronal del sector, Inverco, el 30 de setembre

### Els incentius per canviar de gestora es condicionen a períodes mínims de permanència

els fons de pensions tenien uns actius totals de 84.627 milions d'euros, un 3% més que un any abans. En els plans individuals, el patrimoni sumava 52.453 milions d'euros en 8,3 milions de comptes. Al setembre, la rendibilitat mitja anual ponderada va ser de l'1,28%, mentre que la revaloració a 20 anys es va situar en el 5,19% i a 15 anys va ser del 4,15% (en els dos darrers períodes, gairebé el doble que la inflació).

Classificant les rendibilitats de setembre per tipus de producte, destaca la revaloració dels fons del sistema d'ocupació, un 3,21%, mentre que a l'associat va ser d'un 2,04% i a l'individual d'un 0,09% (amb rendibilitats negatives en els garantits, els de renda fixa mixta i els de renda variable mixta).

**Nou CX PLUS 15 Pla de Pensions**

Has triat bé!

Aquest és el pla que millor s'adaptava a tu!

- Vols la màxima rendibilitat pels teus estalvis i gaudir del present?
- Amb el CX PLUS 25 Pla de Pensions podràs obtenir una rendibilitat acumulada del 15% al venciment\* (3,25% TAE) més el regal que t'els.
- El 100% de l'aportació inicial està garantida.
- Producte contractable única i exclusivament per traspessos externs i aportacions de diner nou.
- Aquesta promoció et permet escollir entre:

**Setadors Menor de preu**

Setadors Menor de preu

**Setadors Mèdies**

Setadors Mèdies

**Setadors Major de preu**

Setadors Major de preu

**Pla de Pensions de CaixaCaixa**

Pla de Pensions de CaixaCaixa

**Pla de Pensions de CaixaCaixa**

Pla de Pensions de CaixaCaixa

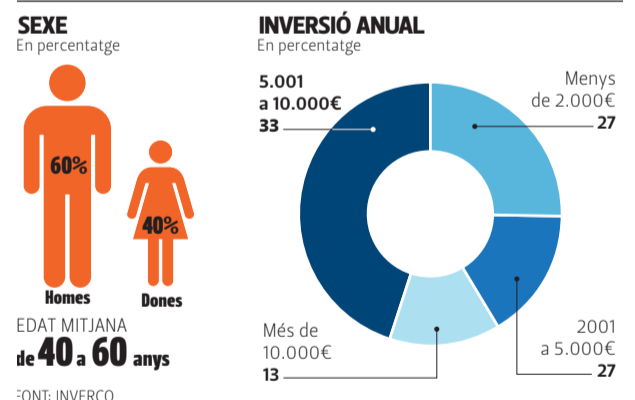
**DIPÒSIT BONIFICAT PLA PENSIONS**

**4% TAE a 1 any**

- Abonament d'interessos: A venciment.  
- Import mínim: 1.000 Euros.  
- Import màxim: Igual al import destinat al pla de pensions.  
- Liquidat: Disponibilitat total.

Promoció d'un pla de pensions de CatalunyaCaixa.

### Perfil de l'inversor en plans de pensions



### ESQUERS

## Càmera, dipòsit, nòrdic...

«La Caixa» - amb una quota en aquest mercat del 15,95%, només superada pel 16,21% del BBVA - intentarà passar a la primera posició venent el PlanCaixa 5 Flaix, amb què es pot triar de regal una càmera fotogràfica reflex o un 5% d'interès TAE pagat per endavant en un dipòsit a un any.

El primer pla de pensions de la fusionada CatalunyaCaixa és el CX plus 15, que garanteix un 2,25% TAE a 6 anys i 3 mesos i dona de regal o un 4% d'interès en un dipòsit a 1 any o -segons l'import de la imposició- una coberteria, un nòrdic, una espatlla d'ibèric o una Nintendo Wii.





TREBALL

Joan Coscubiela

PROFESSOR DE LA FACULTAT DE DRET D'ESADE

# EL SÍMBOL DELS CASTELLERS

**A**mb motiu de la seva declaració com a patrimoni immaterial de la humanitat per la Unesco s'ha insistit reiteradament en els valors que hi ha al darrere dels castellers com a manifestació cultural. Solidaritat, esforç compartit, integració i igualtat són alguns dels conceptes que més s'han repetit aquests dies. Però a força de repetir-los molt es podrien convertir en una reflexió rutinària que perdi la seva força i que no la relacionem amb la societat real, amb el món que viu fora dels cercles castellers. Perquè si bé és veritat que expressen uns valors que formen part de la societat catalana, no és menys cert que aquests valors, que suposadament ens identifiquen com a poble, tenen cada vegada més dificultats per fer-se realitat en molts dels nostres comportaments.

La millor manera que tenim de celebrar aquest reconeixement que la Unesco ha fet al món casteller i a través seu a Catalunya és demostrar que aquests valors no queden reduïts als castells. I això ens obliga a reconèixer que malauradament a Catalunya són valors que no passen pel seu millor moment.

Diem que som una societat solidària, però cada cop apareixen més expressions d'individualisme. Aquest és un dels efectes col·laterals de la crisi econòmica. La temptació cada vegada més forta de voler salvar-se un, encara que sigui esclafant el del costat. I el que és pitjor, un increment de l'elitisme social, de la xenofòbia de classe. Apareixen triomfadors socials que aprofiten l'accessibilitat que tenen als mitjans de comunicació per emetre opinions i generar estats d'ànim de desqualificació envers els que consideren fracassats socials, impuntant-los el fet de ser poc esforçats, no mereixedors de

“

**Solidaritat, esforç compartit, integració i igualtat són alguns dels conceptes que més s'han repetit aquests dies. Però a força de repetir-los molt es podrien convertir en una reflexió rutinària que perdi la seva força i que no la relacionem amb la societat real, amb el món que viu fora dels cercles castellers. Perquè si bé és veritat que expressen uns valors que formen part de la societat catalana, no és menys cert que aquests valors, que suposadament ens identifiquen com a poble, tenen cada vegada més dificultats per fer-se realitat en molts dels nostres comportaments.**



La solidaritat i l'esforç compartit són valors molt relacionats amb els castellers. ARXIU / DIMAS BALAGUER

les polítiques socials. Cada cop són més evidents les expressions d'aquesta patologia social. La culpabilització de la pobresa és una expressió del que diem. El tractament estigmatitzat que es fa dels joves amb dificultats educatives –no contents amb qualificar-los de fracàs escolar, ara se'ls marca amb la nova etiqueta dels *ni-ni*.

Aquests pensaments són estats d'opinió que en alguns àmbits s'estan gene-

ralitzant i que cada cop més sentim per boca de persones que es comporten com si formessin part d'una nova casta, la dels *triomfocrates*. Darrere d'això hi ha una clara voluntat de compartir els beneficis de la riquesa creada amb el treball, de negar-se a contribuir fiscalment a fer una societat més justa. Tot i que potser per netejar la mala consciència que generen aquests comportaments, alguns dels nostres conciu-

tadans, mentre amb una mà es neguen a pagar impostos, a contribuir a donar suport a la gent que requereix l'acció dels poders públics, amb l'altra mà col·laboren en obres de caritat o maratons solidàries.

S'ha dit i amb raó que els castellers expressen una vocació d'esforç compartit, una aposta per una manera de competir basada en la cooperació. Però la nostra societat i més en concret la nostra economia

s'està construint no sols menyspreant la cooperació, sinó amb un model de competitivitat basat en l'externalització dels costos i els riscos de la competència. A diferència dels castellers, on la construcció permet que els més joves pugin al més amunt possible, en la vida quotidiana l'externalització dels costos del nostre comportament cap a les generacions futures és cada vegada més evident.

**INTEGRACIÓ.** Un altre dels valors que aquests dies s'han destacat del món casteller és la clara aposta per la integració de totes les persones, pel tractament igualitari del seus membres. És cert i ho és especialment en relació amb el paper d'integració que en diferents moments de la història recent de Catalunya han jugat els castellers en relació amb la integració de les persones immigrants. I a més no és un fet únic, perquè la societat civil catalana –la de veritat, no la societat civil de catifa i sala de te– ha fet sempre i continua fent un gran esforç per jugar un paper d'integració. Però al costat d'aquests esforços ens trobem cada cop més amb reaccions que pretenen el contrari. Contra la igualtat, discriminació; contra la integració, exclusió; contra la convivència, muralles cada vegada més altes. Algunes de les expressions d'aquest fenomen les sentim per boca d'alguns dels responsables polítics, els que precisament pel seu paper social més s'haurien d'esforçar.

Proposo que celebrem el reconeixement que ha fet la Unesco assumint el compromís com a poble de portar els valors dels castells a la resta de la nostra vida i dels nostres comportaments. Si guem solidaris, cooperadors, integradors i defensors de la igualtat, però no sols quan aixequem castells.



## BORSA

**ALMIRALL REPUNTA UN 5,67%****Dilluns 15**

Les accions de Laboratorios Almirall s'han revalorat un 5,67% en la primera sessió setmanal malgrat anunciar una reducció del 14% dels beneficis a final del tercer trimestre de l'any, assolint els 120 milions d'euros. Almirall, que manté les previsions pessimistes per al conjunt del 2010, acumula un descens anual en borsa del 19%.

**CANVIS REGULADORS EN BORSA****Dimarts 16**

La Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV), el Banc d'Espanya i representants dels mercats de valors estan ultimant una reforma en la normativa que regula els mercats borsaris per tal d'adequar-la a la resta de borses europees, segons ha anunciat Fernando Restoy, vicepresident de la CNMV, en les jornades organitzades per Caja Madrid i *El País*.

**OBJECTIU LLATINOAMÈRICA****Dimecres 17**

El president de Borses i Mercats Espanyols (BME), Antonio Zoido, assenyala que Llatinoamèrica juntament amb la Xina i l'Índia han de ser considerades per les empreses europees com a mercats necessaris per créixer i superar la crisi que llastra les principals economies occidentals.

# El ritme celta marca el pas

Les borses continuen ballant al ritme de les notícies sobre el rescat d'Irlanda en espera d'una materialització definitiva del pla d'ajut. L'Íbex-35 puja un 0,44% setmanal. **Per Marisa Nuez**

**E**l motor de l'ajut a Irlanda sembla que s'ha posat en marxa. Representants del Fons Monetari Internacional (FMI), el Banc Central Europeu (BCE) i la Comissió Europea (CE) han desembarcat a Irlanda per concloure les negociacions amb el seu govern i tancar els detalls del pla de rescat al país. Almenys això és el que estan descomptant els mercats borsaris, el nerviosisme dels quals s'ha reduït lleugerament a mesura que ha anat avançant la setmana i han anat arribant notícies que apuntaven a la imminència del rescat. Ara falta concretar quan es farà efectiva l'ajuda per tal que la calma s'instal·li en les borses fins que aparegui un nou focus d'alarma.

De moment, aquesta incertesa sobre la imminent rescat que plana en les borses ha dut l'Íbex-35 a tancar la setmana molt a prop dels nivells en els quals va acabar l'anterior, salvant el nivell dels 10.200 punts després d'unes sessions de fortes davallades (dimarts va caure un 2,46%, el tercer descens més gran de l'any) i alces significatives (dilluns, dimecres i dijous va tancar les sessions de manera positiva, amb un 1,20%, un 0,93% i un 1,33%, respectivament). En la darrera sessió setmanal, el principal índex del

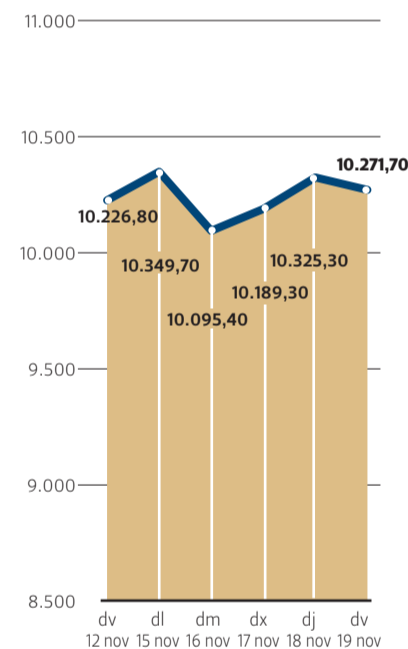
mercado domèstic no ha pogut frenar les ordres de venda, impulsades bàsicament per la recollida de beneficis després de dos dies d'alces.

Els inversors no volen exposar-se al que pugui passar durant el cap de setmana a Irlanda, i prefereixen fer caixa i la setmana entrant, tornar a començar. Així, l'Íbex-35 va deixar-se un 0,52% divendres, fins a tancar en els 10.271,7 punts, amb un guany setmanal del 0,44%.

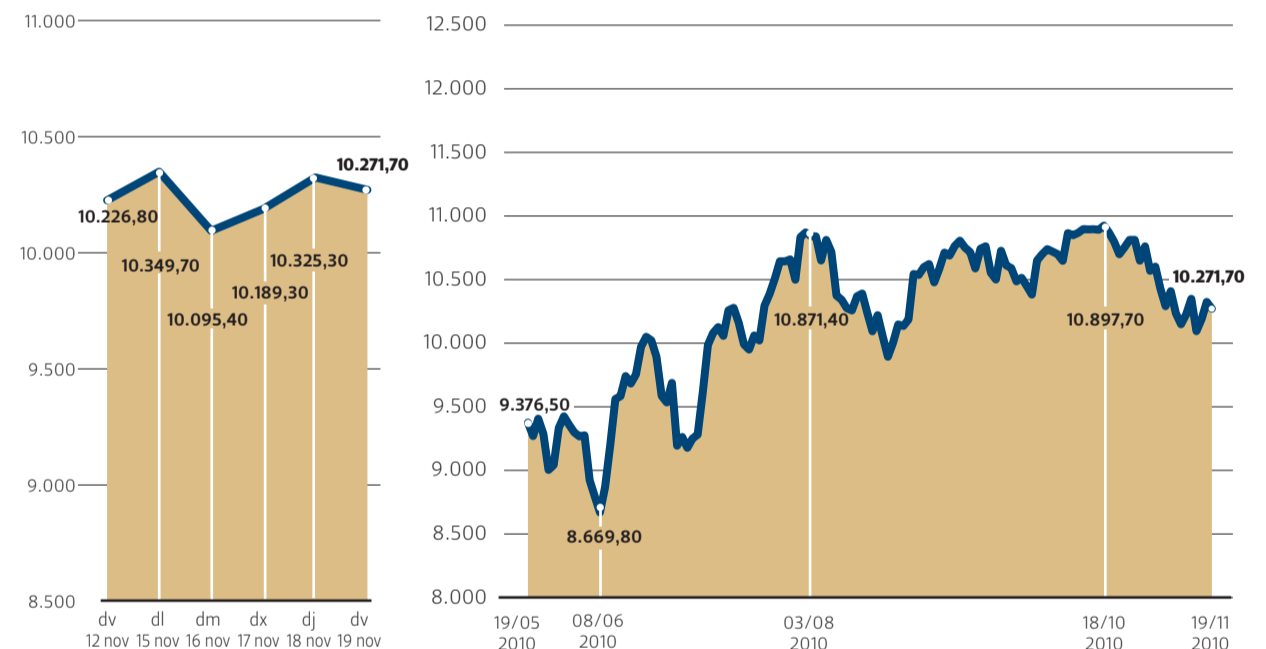
Aquest estira-i-arronsa entre Irlanda, el seu govern, el seu precari sistema bancari i els representants dels organismes que orquestren el rescat continua tenint conseqüències directes a les arques de l'Estat espanyol. El diferencial entre el deute espanyol i el *bund* alemany es manté per sobre dels 200 punts bàsics, i el Tresor s'ha vist obligat a pagar més per col·locar les darreres emissions.

Aquesta setmana les subhastes efectuades han tingut demanda, però el cost s'ha incrementat més d'un 30% en el cas de les lletres del Tresor, un 11,24% pel que fa a l'emissió d'obligacions i un 14,76% en els bons a 30 anys.

No han calmat els inversors el degoteig de declaracions que han arribat des de diversos organismes i que treuen l'Estat espanyol del mateix sac en què hi ha fi-

**L'Íbex-35****LA SETMANA**  
En punts

FONT: DATABOLSA

**EL SEMESTRE**  
En punts

**“ El Tresor paga entre un 10% i un 30% més en la darrera col·locació de deute públic arran de la inconcreció del pla de rescat a Irlanda**

cats Irlanda, Grècia i Portugal.

No cal dir que l'atenció dels inversors està focalitzada ara per ara a Irlanda, però de cua d'ull els mercats miren cap a la Xina. La possibilitat que el gegant asiàtic torni a fer encarrir el preu del diner per contenir la seva economia espanta els inversors. La darrera pujada de tipus d'interès a la Xina -efectuada ara fa justament un mes- va caure com una galleda d'aigua freda en la renda variable, ja que ningú se l'esperava. Ara els inversors descompten aquesta mesura, per si de cas.

Malgrat aquests rumors per avançar-se a les decisions de les autoritats xineses, aquestes han tornat a sorprendre els parquets aquest mateix divendres. El Banc Popular de la Xina (BPC) ha incrementat la rà-

tio de reserves que exigeix als bancs per frenar l'expansió del crèdit i la inflació. Aquesta mesura no ha agradat als inversors, i després de fer-se públic l'augment dels principals índexs borsaris europeus han engrassat les pèrdues. No obstant això, els analistes de Banif Banca Privada consideren que un moviment de tipus a la Xina no hauria de tenir conseqüències negatives a la borsa, atès que “la darrera ocasió que va iniciar un procés de pujada de tipus, el 2006, el mercat de renda variable va començar una nova fase alcista”.

**DADES CONFUSES.** A part de la desconfiança que generen els moviments del gegant asiàtic en els mercats borsaris, per la incidència en la recuperació econòmica, els inversors tampoc no troben en les dades ma-

croeconòmiques les crosses en què recolzar les seves decisions. Des dels EUA continuen arribant dades macro confuses, que posen en dubte que l'activitat econòmica repunti i també que es freni la recuperació. Aquesta setmana els inversors n'han tingut diversos exemples: si bé l'índex de la FED de Filadèlfia ha sorprès perquè s'ha situat molt per sobre de les expectatives i ha indicat una expansió econòmica, els ànims s'han refredat pel descens en la construcció d'habitatges, que fa qüestionar la capacitat de l'economia per enfil·lar el camí del creixement.

La nota positiva en l'àmbit empresarial, i que ha alegrat momentàniament l'ànim inversor, ha estat el retorn amb èxit a la borsa del gegant General Motors (les seves accions van arribar a pujar més d'un 8%).



## L'AGENDA DE L'INVERSOR

## Dilluns

## CONFIANÇA AL CONSUM

➤ Es publiquen les dades de confiança al consum de la UEM que corresponen al novembre

➤ Als EUA, la FED de Chicago farà un diagnòstic de l'evolució de l'economia nord-americana

## Dimarts

## BALANÇA COMERCIAL

➤ Les autoritats econòmiques espanyoles publiquen la dada de balança comercial del setembre

➤ El Tresor d'Espanya realitza aquest dia subhastes de lletres a tres i sis mesos

## Dimecres

## NEGOCIS A ALEMANYA

➤ Es dona a conèixer a Alemanya l'índex IFO del novembre, sobre el clima de negocis

➤ La Gran Bretanya dona a conèixer la dada de PIB del tercer trimestre de l'any

## Dijous

## PREUS INDUSTRIALS

➤ Publicació a Espanya de l'índex de preus industrials del mes d'octubre

➤ A França es dona a conèixer la dada de confiança del consumidor del mes de novembre

## Divendres

## OFERTA MONETÀRIA

➤ La Comissió Europea publica les dades sobre massa monetària (M3) a la UEM de l'octubre

➤ El govern alemany fa pública la dada de l'IPC referent al mes de novembre

## ELS CONSELLS DELS ANALISTES



**Covadonga Fernández**  
ANALISTA DE  
SELF BANK

Comprar



## CODERE

La gran diversificació de la companyia li ha permès mostrar resistència a la crisi i elevar les previsions pel 2010. La seva flexibilitat financera és prou bona, sense venciments importants de deute fins al 2015. Fins al mes de novembre, les seves vendes han augmentat un 13,5%, fins a 818,5 milions d'euros, mentre que l'Ebitda ha millorat un 9,5%, fins a 172,2 milions d'euros. El benefici va ser de 14,1 milions, gràcies a l'activitat de l'Argentina i Mèxic.

Vendre



## CLÍNICA BAVIERA

Poca visibilitat en el mercat estatal, que representa la part més important dels ingressos de la companyia. Tot i que sembla encaminar-se cap a l'estabilitat, cal preveure que el creixement del consum a l'Estat espanyol serà molt feble, cosa que lluitarà els marges de la companyia. El grup oftalmològic i d'estètica va guanyar 3,3 milions d'euros fins al setembre, cosa que va suposar multiplicar per set els 526.000 euros d'un any abans.

Mantenir-se



## BME

La recuperació dels volums de negociació hauria d'impulsar el valor. Cal considerar positius els seus esforços per créixer en altres mercats, com ara l'àrea llatinoamericana. Els rumors d'opa que envolten el valor creiem que serviran per exercir de suport. Hi ha una bona rendibilitat per dividend. El president de BME, Antonio Zoido, ha posat l'accent en el fet que economies llatinoamericanes, com ara el Brasil, Xile i el Perú estan creixent per sobre del 7%.



**Jordi Carlas**  
DIRECTOR DE RENTA 4  
A GIRONA

Comprar



## GAMESA

Les entrades de diner estan experimentant una important millora en les darreres sessions, reforçades per les compres d'Iberdrola, que ja controla més d'un 16% del valor. Els indicadors estan formant un terra i avancen un probable trencament a l'alça de la resistència dels 5,70 euros, que confirmaria el canvi de tendència. Va obtenir un benefici de 25 milions fins al setembre, un 71% menys que el 2009, però va multiplicar per cinc la cartera de comandes.

Vendre



## BANCO POPULAR

Ha perdut la zona de suport dels 4,5 euros, i ara ha convertit aquest nivell en zona de resistència. La projecció teòrica de la triangulació perduda projecta el valor fins a la zona dels 3,70 euros, que coincidiria amb els mínims del 2009. Els seus indicadors també estan definint un pròxim moviment a la baixa. Es disposa a fer una ampliació de capital per 4,12 milions d'euros, mitjançant la posada en circulació de 41,25 milions de noves accions.

Mantenir-se



## GAS NATURAL

Les darreres correccions van portar el valor a buscar la zona de suport dels 10 euros, nivells des dels quals sembla que ha format un terra. Els seus indicadors assenyalen aquests preus com a zona de compra, i ens fan pensar que veurem rebots en les pròximes setmanes. Manté una atractiva rendibilitat per dividend del 8%. El president del grup, Salvador Gabarró, ha declarat que a l'Amèrica Llatina hi ha més oportunitats de les que la companyia pot assumir.



**Jaume Fornells**  
CAP DE LA SALA DE BORSA  
DE CATALUNYA CAIXA

Comprar



## ABERTIS

En èpoques amb incertesa generalitzada és important apostar per companyies amb solidesa financera amb betes baixes i bon retorn de dividend. Atractiva política per a l'inversor que es basa a fer ampliacions alliberades. Les tarifes, aquest any, s'han mantingut planes, i s'espera pel 2011 un creixement d'un 1,4%. Els tràfics es recuperen en totes les regions per primer cop des del març del 2008. Després de les últimes retallades cal esperar un lleuger rebot.

Vendre



## ENDESA

El primer tram de titulització del dèficit de tarifa de les elèctriques de 3.000 milions d'euros no serà fins a final d'any, ja que estan esperant l'autorització del BCE, que ho retarda per motius tècnics. Endesa, amb una elevadíssima xifra de dèficit de tarifa pendent, podria quedar perjudicada per aquest retard o per un menor import en la titulització. Mentre esperem que es resolgui aquest tema, preferim mantenir-nos fora del valor.

Mantenir-se



## REPSOL

La companyia petrolera, per segon cop, ha descobert un jaciment a Sierra Leone. La participació en aquesta descoberta és elevada, del 25%. Una notícia positiva, ja que aconsegueix amb això reforçar el seu potencial de recursos contingents a l'Àfrica Occidental. La col·locació de títols d'YPF (0,67%) per 106 milions de dòlars a la Borsa de Nova York i la possible col·locació d'un 1% més fan que es valori YPF al voltant de 16.000 milions de dòlars, un fet positiu.



**Sergio Ortuño**  
DIRECTOR  
D'ORGANITZACIÓ DE BANIF  
A CATALUNYA

Comprar



## BBVA

La solució del conflicte d'Irlanda, que el mercat ja ha començat a descomptar, afavorirà principalment els bancs. El fet que el Santander s'hagi comportat millor que el BBVA, en fa més probable el repunt, que ha estat un xic més infravalorat pel mercat. Una altra de les notícies que l'afavoreix és la cloenda de l'ampliació de capital. El conseller delegat de l'entitat, Àngel Cano, ha ratificat el compromís amb l'Amèrica Llatina, que aporta la meitat del negoci.

Vendre



## SOS CUÉTARA

En un termini breu de temps, la companyia anunciarà dues mesures per reforçar liquidat: una ampliació de capital per valor de 200 milions d'euros, a 0,5 euros per acció, i la capitalització de les participacions preferents. A més, el mercat dona per fet una baixada del preu objectiu d'1,50 a 0,38 euros. Totes aquestes circumstàncies recomanem desfer-se del valor. Acaba de vendre el negoci de galetes a Nutrexp per 215 milions d'euros.

Mantenir-se



## INDRA

Diversos factors han afavorit el valor, com ara una cartera de comandes que aporta visibilitat de cara al 2011; la internacionalització de la companyia, que realitza un 38% del negoci als mercats exteriors, i el pròxim *investor day*. Tanmateix, a curt termini no trobem catalitzadors per a l'acció, i estem parlant d'un valor defensiu. Va guanyar 143,4 milions d'euros, un 5% menys, en els nou primers mesos, per despeses extraordinàries.



## BORSA

## ÍNDEXS BORSARIS

<b>IBEX</b>	10.271,70	<b>EURO STOXX 50 (18H)</b>	2.843,19	<b>DOW JONES (18H)</b>	11.167,64	<b>NASDAQ (18H)</b>	2.512,43	<b>NIKKEI 225</b>	10.022,39
 <b>0,44%</b>		 <b>0,74%</b>		 <b>-0,22%</b>		 <b>-0,23%</b>		 <b>3,06%</b>	

## ÍBEX 35

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	MES	ANY	VOLUM MILERS	MÀXIM 1 ANY	MÍNIM 1 ANY
ABENGOA	17,73	-3,7%	-10,9%	-21,5%	1.775	24,34	13,22
ABERTIS	13,20	-2,2%	-7,0%	-11,6%	8.828	15,34	10,59
ACCIONA	56,52	-3,1%	-10,6%	-38,0%	1.848	97,49	55,03
ACERINOX	11,60	-1,1%	-1,5%	-19,5%	5.696	15,38	11,20
ACS	36,47	-0,1%	-3,3%	4,8%	2.945	38,80	28,59
ARCELORMITTAL	24,94	-1,2%	7,9%	-23,0%	2.581	35,45	21,35
BANCO POPULAR	4,23	-4,6%	-9,0%	-17,6%	73.300	6,09	3,76
BANCO SABADELL	3,23	-2,2%	-7,7%	-15,2%	27.119	4,55	3,10
BANCO SANTANDER	8,53	0,0%	-7,6%	-25,2%	317.138	11,98	7,12
BANESTO	6,84	-1,3%	-5,0%	-20,1%	1.999	9,30	5,81
BANKINTER	4,51	-1,2%	-5,8%	-36,9%	10.991	7,48	4,11
BBVA	8,26	-0,7%	-9,0%	-32,5%	345.228	12,75	6,99

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	MES	ANY	VOLUM MILERS	MÀXIM 1 ANY	MÍNIM 1 ANY
BOLSAS Y MERCADOS	19,25	-1,4%	-1,8%	-13,2%	1.081	24,09	17,31
CRITERIA	4,02	0,9%	-0,9%	22,0%	16.204	4,10	3,05
EBRO FOODS	15,53	1,7%	-1,7%	7,8%	1.899	16,00	12,78
ENAGAS	15,46	3,9%	-2,4%	0,2%	4.406	16,73	12,08
ENDESA	19,49	-0,5%	-2,1%	-18,6%	1.810	24,20	16,50
FCC	19,67	-1,4%	1,5%	-33,2%	2.711	32,00	17,20
FERROVIAL	7,90	1,3%	-3,6%	-4,0%	70.632	8,95	4,88
GAMESA	5,29	0,6%	5,8%	-54,4%	17.992	13,49	4,48
GAS NATURAL	11,00	-0,7%	4,6%	-27,1%	14.501	15,67	10,07
GRIFOLS	9,61	-3,2%	-17,4%	-21,2%	6.150	12,54	8,11
IBERDROLA RENOVABLES	2,48	4,7%	2,1%	-25,3%	41.715	3,53	2,28
IBERDROLA	5,88	0,9%	-3,0%	-11,9%	120.520	6,89	4,50

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	MES	ANY	VOLUM MILERS	MÀXIM 1 ANY	MÍNIM 1 ANY
IBERIA	3,19	1,2%	1,1%	67,9%	33.902	3,31	1,84
INDITEX	60,00	5,7%	0,2%	38,5%	11.373	60,44	41,10
INDRA SISTEMAS	13,14	-0,8%	-6,6%	-20,2%	4.076	17,30	12,18
MAPFRE	2,20	1,2%	-7,6%	-24,6%	40.617	3,11	2,06
OBRASCON HUARTE	22,58	0,0%	-4,0%	19,5%	2.161	25,95	15,02
RED ELECTRICA	36,06	-0,1%	-0,1%	-7,1%	2.803	40,76	27,93
REPSOL YPF	19,83	1,2%	-0,5%	5,9%	35.745	20,53	15,31
SACYR VALLEHERM.	4,59	-2,2%	-2,7%	-42,7%	4.523	10,29	3,44
TECNICAS REUNIDAS	42,97	1,3%	-3,9%	7,1%	2.018	48,40	35,15
TELECINCO	9,01	-3,2%	-1,7%	-11,4%	8.621	12,34	6,83
TELEFONICA	18,13	0,7%	-6,5%	-7,1%	470.707	19,85	14,67

## EL TOP 5

<b>TELEFÓNICA</b>	18,13€	<b>BANCO SANTANDER</b>	8,53€	<b>BBVA</b>	8,26€	<b>IBERDROLA</b>	5,88€	<b>REPSOL YPF</b>	19,83€
 <b>0,72%</b>		 <b>0,05%</b>		 <b>-0,69%</b>		 <b>0,89%</b>		 <b>1,17%</b>	

## MERCAT CONTINU

## Els de millor comportament

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	%
SOLARIA	1,52	0,10	7,0%
INDITEX	60,00	3,24	5,7%
IBERDROLA RENOVABLES	2,48	0,11	4,7%
NICOLAS CORREA	1,38	0,06	4,5%
AISA	0,36	0,02	4,3%
AZKOYEN	2,30	0,09	4,1%
PRISA	1,97	0,08	4,0%
NATRA	2,10	0,08	4,0%

## Els de pitjor comportament

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	%
COLONIAL	0,06	-0,01	-14,9%
REYAL URBIS	1,17	-0,20	-14,7%
RENTA CORP.	1,31	-0,15	-10,3%
SERVICE POINT	0,49	-0,06	-10,2%
AFIRMA	0,10	-0,01	-9,7%
DERMOSTETICA	1,66	-0,18	-9,5%
MONTEBALITO	2,00	-0,20	-9,1%
LA SEDA	0,06	-0,01	-9,1%

## Informació facilitada per



## Els valors més negociats

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	%	VOLUM MILIONS
TELEFONICA	18,13	0,7%		470,7
BBVA	8,26	-0,7%		345,2
BSCB	8,53	0,0%		317,1
COLONIAL	0,06	-14,9%		190,4
IBERDROLA	5,88	0,9%		120,5
BANCO POPULAR	4,23	-4,6%		73,3
IBERDROLA RENOVABLES	2,48	4,7%		41,7
MAPFRE	2,20	1,2%		40,6

## Volum de la setmana IBEX (accions)

**1.715.615.856**

-0,22% RESPECTE A LA SETMANA ANTERIOR

## Ibex med. cap

10.166,9

**+0,32%**

## Ibex small cap

6.008,4

**-1,47%**

## COTITZADES CATALANES

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	MES	ANY	VOLUM MILERS	MÀXIM 1 ANY	MÍNIM 1 ANY
ABERTIS	13,20	-2,2%	-7,0%	-11,6%	8.828	15,34	10,59
FERGO AISA	0,36	4,3%	-15,3%	-70,2%	3.910	1,97	0,33
ALMIRALL	6,81	1,6%	0,1%	-25,5%	938	10,21	6,00
BANCO SABADELL	3,23	-2,2%	-7,7%	-15,2%	27.119	4,55	3,10
CATALANA OCCID.	12,90	-0,3%	-13,9%	-17,9%	289	17,30	10,70
INMOBILIARIA COLONIAL	0,06	-14,9%	-36,0%	-63,2%	190.443	0,18	0,05
CRITERIA	4,02	0,9%	-0,9%	22,0%	16.204	4,10	3,05
ERCROS	0,74	-8,0%	-9,9%	-47,1%	1.409	1,64	0,71

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	MES	ANY	VOLUM MILERS	MÀXIM 1 ANY	MÍNIM 1 ANY
FERSA	1,13	0,9%	-5,8%	-49,0%	509	2,34	1,01
FLUIDRA	2,55	0,0%	-1,2%	-27,1%	209	3,75	1,95
GAS NATURAL	11,00	-0,7%	4,6%	-27,1%	14.501	15,67	10,07
GEN DE INVERSION	1,70	0,0%	1,8%	-2,0%	7	1,79	1,48
GRIFOLS	9,61	-3,2%	-17,4%	-21,2%	6.150	12,54	8,11
INBESOS	1,76	-7,1%	-14,8%	-3,0%	2.973	2,70	0,69
INDO	0,60	0,0%	0,0%	-52,6%	0	1,72	0,56
LA SEDA DE BARCELONA	0,06	-9,1%	-14,3%	-75,5%	45.790	0,25	0,06

TÍTOL	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	MES	ANY	VOLUM MILERS	MÀXIM 1 ANY	MÍNIM 1 ANY
MIQUEL Y COSTAS	21,72	1,5%	6,0%	44,8%	70	22,25	13,20
RENTA CORP.	1,31	-10,3%	-23,6%	-55,6%	1.041	4,17	1,16
SERVICE POINT	0,49	-10,2%	-10,2%	-45,5%	874	1,14	0,47
VUELING AIRLINES	9,50	-1,0%	-5,6%	-23,0%	411	13,50	7,31

## EURO STOXX 50

## Els de millor comportament

VALOR	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	DIFERÈNCIA ANUAL
CRH PLC	14,90	14,2%	-21,6%
SCHNEIDER ELECTR	111,00	7,1%	35,7%
BAYER AG-REG	57,78	6,9%	3,3%
SAINT GOBAIN	37,40	5,1%	-1,8%

VALOR	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	DIFERÈNCIA ANUAL
ANHEUSER-BUSCH I	44,44	3,3%	22,1%
GDF SUEZ	27,89	3,2%	-7,9%
LVMH MOET HENNES	119,40	2,8%	52,3%
KONINKLIJKE PHIL	22,90	2,6%	10,7%

## Els de pitjor comportament

VALOR	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	DIFERÈNCIA ANUAL
CREDIT AGRICOLE	10,99	-5,1%	-11,1%
NOKIA OYJ	7,40	-3,1%	-17,0%
AXA	12,84	-3,1%	-22,4%
UNICREDIT SPA	1,70	-1,8%	-23,9%

VALOR	PREU TANCAMENT	DIFERÈNCIA SETMANAL	DIFERÈNCIA ANUAL
TOTAL SA	38,79	-1,7%	-13,8%
ARCELORMITTAL	24,90	-1,6%	-22,6%
INTESA SANPAOLO	2,30	-1,5%	-26,9%
UNIBAIL-RODAMCO	142,10	-1,4%	11,7%



**ÍNDEXS BORSARIS**

<b>FOOTSIE 100</b>	5.732,83	<b>DAX XETRA</b>	6.843,55	<b>CAC 40</b>	3.860,16	<b>STOXX 50 (18H)</b>	2.562,89	<b>BCN GLOBAL 100</b>	784,63
 <b>-1,10%</b>		 <b>1,62%</b>		 <b>0,76%</b>		 <b>-0,76%</b>		 <b>0,29%</b>	

**DINERS**

**Deute públic de l'Estat**

TÍTOL	TERMINI	DATA SUBASTA	TIPUS
LLETRES	6 MESOS	26/10/10	1,29%
	12 MESOS	16/11/10	2,36%
	18 MESOS	16/11/10	2,66%
BONS	3 ANYS	07/10/10	2,53%
	5 ANYS	04/10/10	3,58%
OBLIGACIONS	10 ANYS	18/11/10	4,62%
	15 ANYS	21/10/10	4,54%
	30 ANYS	18/11/10	5,49%

**Mercat Interbancari (Euribor)**

PLAÇOS	ITIPUS TANCAMENT	SETMANA ANTERIOR
EONIA	0,63%	0,79%
EURIBOR 1 SETMANA	0,71%	0,81%
EURIBOR 2 SETMANES	0,74%	0,82%
EURIBOR 1 MES	0,82%	0,85%
EURIBOR 2 MESOS	0,92%	0,94%
EURIBOR 3 MESOS	1,04%	1,05%
EURIBOR 6 MESOS	1,27%	1,28%
EURIBOR 9 MESOS	1,41%	1,42%
EURIBOR 1 ANY	1,54%	1,55%

# abertis

902 30 10 15

Telèfon d'atenció a l'accionista

abertis.com

**Futurs de renda fixa (18H)**

VALOR	PREU
BONO NOCIONAL	9.524,00
BUND	127,43
BOBL 5Y	119,11
LONG GILT	120,63
JAPANESE BOND	141,76
US-BOND 5Y	120,20
US-BOND 10Y	124,61

**Futurs tipus de canvi euro CME (18H)**

DIVISA	DESEMBRE 2010	MARÇ 2011	JUNY 2011	SETEMBRE 2011
DÒLAR EUA	1,364	1,362	1,362	1,361
LLIURA ESTERLINA	0,855	0,850	0,849	0,849
FRANC SUÍS	1,363	1,356	1,353	1,349
IEN (100)	113,840	113,490	113,190	112,820
CORONA NORUEGA	8,179	8,207	8,233	8,258
CORONA SUECA	9,375	9,393	9,411	9,431

**Tipus hipotecaris**

ÍNDEX	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE
BANCS	2,324%	2,443%	2,432%	2,543%	2,652%	2,600%
CAIXES	2,920%	2,921%	2,924%	2,938%	2,927%	2,963%
CONJUNT D'ENTITATS	2,674%	2,709%	2,705%	2,766%	2,799%	2,795%
ÍNDEX CECA	4,750%	4,500%	4,125%	5,000%	5,125%	4,875%
MIBOR (1 ANY)	1,249%	1,281%	1,373%	1,421%	1,418%	1,491%
EURIBOR (1 ANY)	1,249%	1,281%	1,373%	1,421%	1,420%	1,495%

**Evolució de l'euro/dòlar**

**DIVENDRES (18H)**

 **1,365\$**

DIA	DÒLARS/UNITAT
Divendres	1,365
Dijous	1,364
Dimecres	1,353
Dimarts	1,349
Dilluns	1,359

**Tipus de canvi**

	EURO	LLIURA	CORONA SUECA	CORONA DANESA	CORONA NORUEGA	FRANC SUÍS	DÒLAR	DÒLAR CANADENC	DÒLAR AUSTRALIÀ	IEN
EUROS		0,855	9,389	7,456	8,182	1,363	1,365	1,393	1,387	113,910
LLIURA ESTERLINA	1,170		10,980	8,720	9,570	1,594	1,596	1,629	1,622	133,240
CORONA SUECA	0,107	0,091		0,794	0,872	14,514	0,145	0,148	0,148	12,134
CORONA DANESA	0,134	0,115	1,259		1,098	18,276	0,183	0,187	0,186	15,280
CORONA NORUEGA	0,122	0,105	1,147	0,911		16,653	0,167	0,170	0,169	13,921
FRANC SUÍS	0,734	0,628	6,890	5,471	6,005		1,001	1,022	1,018	83,600
DÒLAR	0,733	0,627	6,880	5,464	5,997	0,999		1,021	1,016	83,480
DÒLAR CANADENC	0,718	0,614	6,741	5,353	5,875	0,978	0,980		0,996	81,790
DÒLAR AUSTRALIÀ	0,721	0,617	6,771	5,377	5,902	0,983	0,984	1,004		82,150
IEN (100)	0,878	0,751	8,242	6,545	7,183	1,196	1,198	1,223	1,217	

**MATÈRIES PRIMERES**

**Metalls**

METALL	PREU LONDRES (\$/TM)
Alumini	2.308,00
Coure (lliures)	384,00
Estany	25.100,00
Niquel	21.850,00
Plom	2.315,00
Zinc	2.186,00

**Metalls preciosos (18H)**

METALL	MERCAT	PREU
Or	Londres	1.349,55 \$/onça
	Nova York	1.350,90 \$/onça
	Tòquio	3.640,00 ien/g
Plata	Londres	26,88 \$/onça
	Nova York	26,90 \$/onça
	Tòquio	72,00 ien/g
Platí	Londres	1.664,97 \$/onça
Paladi	Londres	701,00 \$/onça

**Evolució del petroli NYMEX**

**DIVENDRES (18H)**

 **81,200\$**

DIA	BARRIL/DÒLARS
Divendres	81,200
Dijous	81,850
Dimecres	80,440
Dimarts	82,340
Dilluns	84,860

**Telèfons i webs d'interès:**

- **Borsa de Barcelona**  
www.borsaben.es | 93 401 35 55
- **Borsa de Madrid**  
www.bolsamadrid.es | 91 589 26 00
- **Associació Espanyola per a les Relacions amb Inversors (AERI)**  
www.aeri.es | 91 521 38 190
- **AIAF (Mercat de Renda Fixa)**  
www.aiaf.ess
- **Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV)**  
www.cnmv.es  
93 304 73 00 / 91 585 15 24 i 25
- **Atenció a l'inversor** | 91 589 11 84
- **Banc d'Espanya, servei de reclamacions**  
www.bde.es | 901 545 400
- **MAB (Mercat Alternatiu Borsari)**  
www.bolsasymercados.es/mab  
93 401 36 79 / 91 589 11 75
- **BME (Bolsa y Mercados Españoles)**  
www.bolsasymercados.es  
91 709 50 00
- **MEFF (Mercat de Futurs)**  
www.meff.es | 93 412 11 28
- **Banc Central Europeu**  
www.ecb.int
- **Infobolsa**  
www.infobolsa.es  
902 22 16 62 / 91 709 56 10



## Res ens destorba

Ni el vol d'una mosca.  
A GVC Gaesco el més important és escoltar-te amb atenció, perquè tan sols així som capaços de dissenyar el millor pla d'inversió per a les teves necessitats.



Tel. 902 237 237

La confiança d'un gran grup

www.gvcgaesco.es

## EINES

# La caixa comuna dels 27

La Comissió Europea proposa als estats membres que les regions més desenvolupades, com ara Catalunya, continuïn rebent fons de cohesió a partir del 2014. Les inversions comunitàries al país ja superen els 10.000 milions d'euros

**JORDI TORRENTS**  
BARCELONA

Hi ha qui pel 2014 ha vaticinat que un asteroide pot impactar amb la Terra (i no, no es tracta de cap economista apocalíptic), el mateix any que el Brasil organitzarà la copa del món de futbol (total, ja n'han guanyat cinc, de mundials, així que el possible asteroide els agafarà amb la feina feta) i que Catalunya celebrarà un 11 de setembre prou especial, amb el 300 aniversari del final de la guerra de Successió i amb la consolidació en l'imaginari català d'una data que (cada cop menys) fa olor d'independència. De moment, però, per si tot continua tal com està, la Comissió Europea proposa als estats membres que les regions (un concepte comunitari, sense connotació política) més desenvolupades, com Catalunya, continuïn rebent fons de cohesió a partir d'aquell any. Segons l'expert en política regional de la Comissió Europea (CE), Jordi Torredadella, les inversions comunitàries a partir del 2014 «tindran en compte les especificitats de cada territori», tot i que no detalla quines poden ser les dades d'aquestes inversions. Sigui com sigui, l'actual Europa dels 27 és gairebé segur que reduirà l'aportació a Catalunya i a l'Estat espanyol, històricament un dels majors receptors.

La CE acaba de publicar el cinquè informe de cohesió econòmica, social i territorial, un document que es fa públic cada tres anys i que fa una radiografia de la realitat de les 271 regions de la Unió Europea (UE). El mateix informe, segons Torredadella, destaca que les inversions de la futura política de cohesió s'han d'ajustar als objectius de l'estratègia Europa 2020, aprovats fa tot just uns mesos per la CE. El mateix expert detalla que cal redissenyar una nova política de cohesió per fer front a nous reptes, començant pel debat "sobre el nou marc financer de la Unió Europea" a partir del 2013. Aquestes polítiques de Brussel·les actualment suposen més d'una tercera part del total del pressupost comunitari.

El calendari de treball indica que els 27 han de proposar els seus objectius durant el 2011, i un dels dilemes serà decidir quants diners han de rebre les regions més desenvolupades. Les menys, queda clar que "rebran la major part dels fons", diu Torredadella, però in-

sisteix que "totes les regions han de rebre'n per fer front als nous reptes". Sigui com sigui, i per apropar una mica allò que ens pot sonar una mica llunyà com són els fons comunitaris, la CE detalla que Catalunya, des del 1986 fins al 2013, haurà rebut una inversió de 10.000 milions d'euros. Des que Catalunya, doncs, forma part de la unió, fa gairebé un quart de segle, s'ha beneficiat del cofinançament de milers de projectes, tant des dels Fons de Cohesió com dels més populars fons europeus de desenvolupament regional (Feder). Quan es parla de política regional i de cohesió de la UE, el discurs se sol centrar en el d'una política de reducció de les desigualtats econòmiques i socials entre regions que provenen de realitats prou diferents, tant a nivell històric com polític, de desenvolupament econòmic i cultural. A efectes pràctics, és quan parlem que la UE destina un terç del seu pressupost

## Brussel·les vol un nou marc financer amb eines alternatives a les subvencions

anual a finançar projectes destinats a generar riquesa a les regions, a promoure la innovació empresarial o la creació de llocs de treball. Tot i que els Feder puguin ser els més coneguts, tot això es fa també a través d'un seguit d'instruments com els fons de cohesió i el fons social europeu. En territori català, les principals inversions cofinançades al llarg dels anys han estat en transport ferroviari, carreteres, restauració de nuclis urbans, sanejament i abastament d'aigua a la població, tractament de residus i projectes de recerca i desenvolupament (sí, el reivindicat R+D).

**CANVI DE PRIORITATS.** Torredadella destaca que la tendència inversora canviarà en els pròxims anys. Així, l'Estat espanyol ha estat històricament el principal receptor de fons, però en el 2007 ja va passar a ser el segon, rere Polònia. La crisi i l'entrada de nous països, especialment bàltics i de l'Europa de l'Est, obliga a un canvi de prioritats.

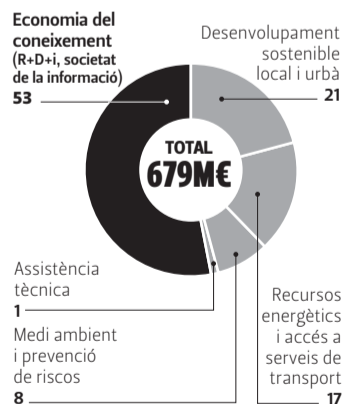
La publicació de l'informe marca el començament d'una consulta pública que tindrà lloc fins al



Planta dessalinitzadora del Prat de Llobregat. ARXIU / ANDREU PUIG

### Com es reparteixen els fons FEDER

Prioritats temàtiques FEDER 2007-2013  
En percentatge



31 de gener. El cinquè fòrum de cohesió, a Brussel·les, oferirà propostes legislatives sobre la futura política de cohesió l'estiu del 2011, un cop adoptades les del nou pressupost de la UE. La nova arquitectura europea, així, agruparà totes les regions en tres categories; a les de menys i més desenvolupades, s'hi afegeix la de regions en transició, un únic grup

intermedi que substitueix les actuals en procés a l'alça o a la baixa.

El director de l'oficina de la CE a Barcelona, Manel Camós, reitera que «no es parla encara de diners, però sí de prioritats» per establir el nou marc. Torredadella hi afegeix que, entre les diferents regions estatals, «només Extremadura mantindrà ajuts» similars als d'ara. Assenyala també que «no tots els estats estan d'acord», i que el debat tot just és damunt la taula. Cal tenir en compte que no planteja un concepte estatal com el del "just retorn", i sí el d'una "caixa comuna" per beneficiar el conjunt.

Un altre debat obert té a veure amb els instruments financers, ja que es planteja prioritzar eines com ara crèdits, préstecs i fons de capital de risc més que les crítiques subvencions, que fins ara no s'ha demostrat precisament que ajudin a avançar una regió poc desenvolupada. Torredadella posa un exemple com el dels crèdits reemborsables per a emprenedors del Centre per al Desenvolupament Tecnològic Industrial (CDTI).

### INVERSIÓ UE A CATALUNYA

#### Alguns projectes cofinançats

➔ **NOU RECINTE GRAN VIA-FIRA 2 A BARCELONA**  
COST: 269,3 M  
FINANÇAMENT UE: 35%

➔ **INSTITUT DE CIÈNCIES FOTÒNIQUES A CASTELLDEFELS**  
COST: 15,8 M  
FINANÇAMENT UE: 50%

➔ **LÍNIA DEL TAV MADRID-BARCELONA-FRANÇA**  
COST: 4.724,5 M  
FINANÇAMENT UE: 72%

➔ **DESSALINITZADORES DEL RIU TORDERA I DEL PRAT**  
COST: 221,9 M  
FINANÇAMENT UE: 80%

➔ **HOSPITAL DE LA CERDANYA**  
COST: 31 M  
FINANÇAMENT UE: 60%

➔ **CARRIL BUS I VEHICLES D'ALTA OCUPACIÓ A LA C-58**  
COST: 115,4 M  
FINANÇAMENT UE: 40%

➔ **MERCAT MUNICIPAL DE MANLLEU**  
COST: 1,8 M  
FINANÇAMENT UE: 50%

➔ **INSTITUT CATALÀ DE RECERCA DE L'AIGUA A GIRONA**  
COST: 3,4 M  
FINANÇAMENT UE: 50%

➔ **CENTRE R+D INDÚSTRIA AGROALIMENTÀRIA A LLEIDA**  
COST: 3,9 M  
FINANÇAMENT UE: 50%

➔ **TRAM CERVERA-SANTA MARIA DEL CAMÍ A L'A-2**  
COST: 159,1 M  
FINANÇAMENT UE: 85%

➔ **REHABILITACIÓ CONVENT DELS JOSEPETS D'ALCANAR**  
COST: 0,99 M  
FINANÇAMENT UE: 50%

➔ **INSTITUT D'INVESTIGACIÓ QUÍMICA A TARRAGONA**  
COST: 41,4 M  
FINANÇAMENT UE: 50%

➔ **RECUPERACIÓ D'UNA VIA NAVEGABLE A L'EBRE**  
COST: 2,8 M  
FINANÇAMENT UE: 50%



## CONSULTORI FISCAL

## PRIORITATS EN LA LIQUIDACIÓ

**Té prioritat de cobrament l'Agència Tributària en el cas de tenir deutes pendents d'una empresa en situació de liquidació concursal?**

Si una empresa està en procés concursal però la seva situació econòmica i financera no permet la seva continuïtat ni l'aprovació d'un conveni, quedant abocada a la liquidació, l'Agència Tributària no té prioritat de cobrament com a creditora i els seus crèdits no figuraran com a privilegiats, sinó que quedaran dins del paquet de crèdits totals de la societat. Així ho ha manifestat en una sentència el ple de la sala civil del Tribunal Suprem.

Segons la sentència, dictada el 29 de setembre passat, el Suprem estableix que quan una societat en concurs acaba en liquidació, els crèdits contrets amb l'Agència Tributària han de ser qualificats una part com a ordinaris i una part com a privilegiats, tal com estableix l'article 77 de la llei concursal. L'alt tribunal desestima així un recurs de cassació presentat per l'Agència Tributària en

què reclamava que tots els crèdits contrets per l'empresa concursada amb Hisenda fossin qualificats com a privilegiats en cas de liquidació, tal com estableix l'article 77.1 de la llei general tributària. La sentència estableix el "principi de coherència" i dóna preferència a la llei concursal, que estableix que només en cas de conveni concursal els crèdits de l'Agència Tributària privilegiats seran els que afecti el conveni, inclosos els derivats de l'obligació de realitzar pagaments a compte. D'aquesta manera, la sentència avala que la qualificació dels crèdits tributaris s'ha de fer en una fase prèvia, sense que aquesta pugui dependre de la solució que s'adopti amb posterioritat en el concurs.

En resum, els crèdits tributaris només seran privilegiats en la primera fase del concurs.

CONTESTA ORIOL LÓPEZ I VILLENAS  
ASSESSORIA ASFEM

## CONSULTORI FINANCER

## ACCEDIR A CRÈDIT

**Com podem obtenir crèdit de les entitats financeres amb certa garantia d'èxit?**

Avui dia ens trobem en una situació en què tot és negociable, igual que la nostra relació amb la banca. Per aquest motiu, haureu de treballar alguns aspectes rellevants abans de la sol·licitud de crèdit.

Prèviament a l'entrevista, una clara recomanació consisteix a analitzar la rendibilitat econòmica del nostre negoci, estimant la facturació necessària durant els tres primers exercicis.

En aquest punt és necessari acompanyar la nostra sol·licitud d'un bon pla de viabilitat que reculli, de forma ordenada i coherent, els objectius i les estratègies de l'empresa i, sobretot, que ens el creuem.

Tingueu present que en el procés de negociació amb les entitats financeres els bancs revisaran l'anàlisi de viabilitat de l'operació financera presentada, és a dir, si el capital és el neces-

sari, les condicions d'amortització són assumibles i el termini, adequat i, en particular, en l'anàlisi del sol·licitant també es fixarà l'estructura d'ingressos, la capacitat de solvència i de retorn, les garanties que ofereix i un estudi històric.

Per la nostra banda, hauríem de poder accedir a la informació de què oficialment disposa l'entitat abans d'iniciar una negociació; així sabrem quins tipus d'interès, comissions i despeses ofereix, i podrem negociar a la baixa.

Per últim, un cop arribats a un acord, recordeu de manar per escrit qualsevol de les propostes i, un cop formalitzat el contracte, ens haurem d'assegurar que el contingut s'ajusta al que hem negociat amb anterioritat.

L'experiència diu que les entitats financeres no estan lliures d'errors ni són infal·libles.

CONTESTA FRAN DE LA TORRE,  
DIRECTOR DE CONSULTORIA  
ESTRATÈGICA I FINANÇAMENT DE  
PIMEC

Envieu les vostres preguntes a l'adreça de correu: [redaccio@leconomic.cat](mailto:redaccio@leconomic.cat)

## Marc Vidal

AUTOR DEL LLIBRE 'CONTRA LA CULTURA DEL SUBSIDIO'

“Ara som un país que espera el plat a taula en lloc de buscar-lo”

FRANCESC MUÑOZ  
BARCELONA

**Aprofitant ara que estem en campanya, com veu la manera com els partits polítics afronten l'emprenedoria?**

A aquestes altures de la democràcia tots els partits polítics han tingut experiència de govern i es pot afirmar que poca cosa han fet pel que fa al desenvolupament de l'emprenedoria. Pura façana, ja que a l'estructura política i a l'establishment vinculat al poder ja li interessa que la gent no sigui excessivament emprenedora.

**Per quina raó?**

Perquè una persona emprenedora és un agent crític amb ganes de canviar les coses, i això als que manen no els interessa.

**Pensa que respon a alguna cosa planificada?**

Simplement s'ho han trobat, i com que aquest és un país que està cloroformitzat des de fa molt de temps, amb escassa iniciativa empresarial i on la por del fracàs és evident...

**¿Em dirà que no som un país d'emprenedors?**

Ja fa molt de temps que no és exactament així. És cert que Catalunya és l'entorn social de l'Estat espanyol més emprenedor i més europeu en aquest sentit, però quan la majoria dels universitaris declaren que volen ser funcionaris o treballadors de La Caixa no podem seguir mantenint aquesta idea. Revela que la societat no està tensionada des del punt de vista de l'emprenedoria.

**Com hem arribat aquí?**

No sé quina és la causa. Però fins i tot el model empresarial actual està vinculat al sofà social: esperar que les coses succeeixin i arriscar-hi molt poc. No trobaríem



Marc Vidal. ARXIU

“  
**Al poder ja li va bé una societat sense emprenedors, que són crítics i volen canviar les coses**

en la societat catalana aquells que van posar en marxa l'AP-7, quan ningú més ens ho feia. La societat catalana és una societat que espera que li portin el plat a taula en comptes d'anar-lo a buscar.

**Això és la "microburgesia low cost"?**

La "microburgesia low cost" de què parlo al llibre és tot un cos social que vinculo a la generació perduda, a la generació zero, que va creure que fabricant coses que no necessitaven, és a dir, pisos, es podia generar riquesa, quan s'ha demostrat que és una riquesa puntual, virtual i que ha beneficiat a molt pocs. Són gent que confon els serveis de l'Estat amb els drets fonamentals i els veu com a intrínsecs a la condició humana. Ells ens han portat al

pou en què estem.

**Diuen que les crisis són revulsius.**

Segur que hi ha molta gent que es planteja muntar un negoci quan veu que se li acaba el subsidi. No és que estigui en contra dels subsidis, sinó que estic en contra de la cultura dels subsidis, és a dir, del fet que la vida d'una persona depengui totalment d'una ajuda específica de l'Estat. La crisi no és una bona notícia, però per a l'establishment ha estat una bona cosa perquè s'han presentat com l'Estat providència, l'Estat solució, l'Estat interventor.

**Assegura que ha après molt sobre l'emprenedoria al Tercer Món. On queden els referents anglosaxons?**

Hi ha molts mites, com ara que l'emprenedoria tecnològica s'ha de fer a Silicon Valley, i en part és cert. Però hi ha un seguit de condicionants de l'emprenedoria que no tenen a veure amb la facilitat de posar en marxa les coses, sinó al contrari, amb la dificultat de sobreviure en alguns entorns. I a Africa hi trobem gent capaç d'entendre que en l'error i en l'aixecar-se continuament existeix l'aprenentatge per anar millorant. I en això està l'esperit mateix de l'emprenedor.

## EL LLIBRE



**CONTRA LA CULTURA DEL SUBSIDIO**  
Marc Vidal  
GESTIÓ 2000  
19.95 €

## EINES



Jesús Acebillo. ARXIU

## Novartis, premi internacional per la política de RSC

L'ECONÒMIC  
BARCELONA

L'empresa farmacèutica Novartis, amb seu social a Barcelona, ha rebut recentment a Madrid el premi Elsevier Galien per la seva política de responsabilitat social corporativa (RSC). Aquest guardó de caràcter internacional està considerat un dels més importants en l'àmbit de la investigació, el desenvolupament i la comercialització de fàrmacs.

El jurat ha premiat la companyia presidida per Jesús Acebillo pel seu programa anomenat *Ahead together*, que ajuda els nens i nenes de Kenya que pateixen epilèpsia a rompre amb un cert estigma que els imposa la societat africana, mitjançant campanyes d'educació i conscienciació de la població i també, específicament, del personal educatiu i sanitari. Segons Novartis, el 80% de les persones maltes d'epilèpsia a l'Àfrica no reben cap mena de tractament. A causa de la malaltia, 18 de cada 1.000 habitants són exclosos de l'escola i pateixen discriminació laboral. Molts africans associen l'epilèpsia amb formes de possessió i conjur, com passava antigament a Occident.

Montserrat Tarrés, directora de comunicació del grup a Espanya, ha valorat el premi i ha reafirmat que "la Responsabilitat Social Corporativa forma part d'un camí emocionant que vam decidir emprendre fa anys".

# Pròxims als febles

La companyia d'assegurances Mussap col·labora en diversos projectes per a la lluita contra el càncer infantil. L'entitat asseguradora catalana defensa el model mutualista

ANDREU MAS  
BARCELONA

Mussap és una de les companyies històriques de Catalunya en el camp de les assegurances i reasseguracions. Enguany celebra 78 anys de vida, defensant el model mutualista, de proximitat, que assegura que és la màxima que guia tota la seva activitat econòmica. En un camp que s'ha adaptat ràpidament a les noves tecnologies, els directius de Mussap defensen que els clients encara han de trobar un interlocutor físic que els escolti els problemes assegut a la taula, en contraposició a les empreses de dimensions més grans que han automatitzat tots els seus processos, cosa que comporta que molts cops els clients acabin parlant per telèfon amb un contestador. Aquesta posició comercial i ideològica els està donant bons resultats econòmics. El 2009, l'empresa el va tancar amb un resultat de 400.000 euros i uns fons propis superiors als 34 milions d'euros. Els ingressos per primes van arribar als 23,5 milions d'euros. La firma catalana té seus actualment a Catalunya, Andalusia, Aragó, València, La Rioja, Navarra i les Balears.

**AMB ELS DESFAVORITS.** Aquesta visió de proximitat al client l'apliquen també en la seva estratègia de responsabilitat social corporativa. Per bé que no disposa d'un departament específic per a RSC ni d'un pressupost concret i tancat, Mussap ha portat a terme diverses accions que demostren el seu compromís social, especialment amb la població més vulnerable, els infants.

Marc Carrasco, responsable de màrqueting de la mutualitat, resumeix la filosofia que els ha portat a implicar-se en aquests projectes: "Nosaltres entenem que una entitat com la nostra, que ha crescut gràcies a la vinculació amb la societat a la qual pertany, ha de viure de cara a aquesta societat i no pas d'esquena. Nosaltres



El Màgic Andreu, al centre, impulsor de la iniciativa. L'ECONÒMIC

## Mussap afirma que, com a mútua, han de tornar a la societat el que els dona

tres tenim l'obligació de col·laborar amb un país que ens ha ajudat a poder complir 78 anys com a empresa".

La primera col·laboració en la lluita contra el càncer infantil la van fer a Osona, responent a una petició del Rotary Club d'Osona, que va organitzar un acte per re-

captar fons amb l'objectiu de lliurar-los a l'hospital de Sant Joan de Déu per a la investigació per eradicar el càncer infantil. La campanya portava el nom d'*Il·lusions a taula*, i va rebre una resposta massiva de la societat d'aquella comarca: més de 700 persones van participar en el sopar solidari. Entre les empreses que hi eren i que van fer, a més, una aportació econòmica, hi havia Mussap.

Més recentment, i en el mateix àmbit, Mussap ha col·laborat amb l'entitat Som Riures Sense Fronteres, una associació impul-

### ELS COMPROMISOS

**ELS MÉS DÈBILS.** Mussap ha focalitzat la seva línia de responsabilitat social corporativa a donar suport als més petits, que són els més indefensos.

**PROXIMITAT.** La companyia d'assegurances explica que el seu caràcter mutualista els porta a defensar la proximitat als clients i a la societat en general.

**FER MITJANÇANT ELS ALTRES.** La firma catalana considera que la millor manera d'ajudar els nens malalts de càncer és fent-ho a través del talent de persones com el Màgic Andreu.

**SENSIBILITAT.** Mussap afirma que el seu compromís és amb els nens malalts i amb les famílies, que queden trasbalsades quan es diagnostica la malaltia.

sada pel Màgic Andreu i la seva filla, Joana Andreu, que porta la màgia i l'humor als centres hospitalaris on hi ha mainada en tractament per càncer. Mussap ha col·laborat assegurant gratuïtament la furgoneta que fa servir el mag en els seus desplaçaments, sobretot a l'hospital de la Vall d'Hebron. "Hem col·laborat aportant el que el Màgic Andreu ens va demanar i hem de veure si es necessiten més coses", explica Carrasco, que destaca que l'empresa que representa està molt sensibilitzada amb el càncer infantil, que qualifica de "drama terrible" que "afecta injustament els més dèbils" i que trasbalsa les famílies.

Aquesta implicació pública de Mussap ha fet que rebin una allau de peticions, a les quals donen sortida en la mesura del possible. Fruit de l'interès per les qüestions que afecten els infants, s'ha obert una via de diàleg amb l'hospital de Sant Joan de Déu que podria portar a futures col·laboracions.

RESPONSABILITAT SOCIAL  
I GESTIÓ ÈTICA



Apostem pel futur i anem més enllà  
dels estàndards establerts

NP4: 1003004115

NOVARTIS  
caring and curing

Arribar més lluny per ser més a prop

www.novartis.es



## Restaurant

1888

Dins del recinte de l'Exposició de Barcelona de 1888, la construcció del restaurant Castell dels Tres Dragons es va encarregar a un equip de dissenyadors industrials encapçalat per l'arquitecte Lluís Domènech i Montaner. Entre el luxe i el gran consum, el modernisme català.



## 182 joieries

1902

La joieria artística seriada, i, per tant, 'industrial', va experimentar un fort impuls als anys del modernisme a Catalunya. Pilar Vélez n'ha difós les xifres: el 1902, 182 tallers i/o botigues, amb unes 2.500 persones treballant-hi.

## Hispano-Suïza

1904

La fàbrica catalana d'automòbils de gran luxe (i, més tard, de motors d'avió) Hispano-Suïza va ser una iniciativa dels empresaris Damià Mateu i Francesc Seix, i del rellotger suís Mark Birkigt. Fins 1936, acords de producció amb empreses situades a onze estats de tres continents.



DE MEMÒRIA

**Francesc Roca**

PROFESSOR DE POLÍTICA ECONÒMICA DE LA UB

# 13.000 FÀBRIQUES, ABANS DEL LUXE

**E**l 1908 es publicà, a París, un estudi excel·lent sobre la indústria catalana, signat pel professor Édouard Escarra. "Sense incloure una multitud de petits tallers -traduïm- a Catalunya hi hauria més de 13.000 fàbriques, xifra realment enorme...". L'objectiu de l'informe és molt pràctic. Els francesos "hem perdut ja una gran part de la nostra clientela espanyola, molts dels nostres productes, abans molt apreciats, han estat desplaçats per articles catalans. Ara bé: disposem de mercats a les repúbliques americanes". Però, segons Escarra, "també Catalunya té interessos a dirigir vers aquells estats les seves exportacions". Breu: l'estudi francès vol saber fins a quin punt les exportacions catalanes poden desplaçar les exportacions franceses.

A inicis del segle XX, els productes catalans exportats, seguint Escarra, són: 1) els taps de suro: Catalunya "té quasi el monopoli mundial en la venda de productes surers", 2) els teixits de cotó, i el gènere de punt, que tenen com a destí nínxols de mercat de quatre continents: Cuba, Colòmbia, Argentina-Uruguai, Marroc-Egipte, Turquia, Filipines, 3) diferents classes de paper i de cartonatges, a molts punts d'Amèrica, 4) les espardenyes (700.000 parells!, mig milió, a les antigues colònies espanyoles) i les sabates, sovint, mallorquines i exportades des de Barcelo-



Interior de la joieria Bagués de Barcelona, on es mostren peces de la col·lecció Masriera d'estil modernista. ARXIU



## Grijalbo edita Escarra

Fins al 1970, no era gens fàcil trobar el llibre *Le développement industriel de la Catalogne 1900-1908* del professor de la Universitat de Lille Édouard Escarra, publicat per A. Rousseau, el 1908, a París. El polifacètic Joan Grijalbo i Serres (Gandesa, 1911-Barcelona, 2002), editor a Mèxic i antic membre del Consell d'Economia de Catalunya de 1936-1939, l'incorporà al catàleg d'Edicions Grijalbo de Mèxic DF que ja tenien un peu a Barcelona.

“

**A l'economia catalana de 1909 encara no hi ha les produccions dels articles de luxe, que són una de les claus de l'èxit de Suïssa ja aleshores. Però ja es troben pistes del que està a punt de succeir**

na, 5) els sabons, amb destí prioritari a Cuba, 6) els teixits de llana, de lli, de cànem, sedes, venuts al Carib, Sud-amèrica i Orient, 7) la farina fabricada amb blat, que, segons els anys, és, importat, de Rússia i Romania. Altres productes exportats eren els agrícoles: l'oli "d'excel·lent qualitat", els fruits secs, els vins i els aiguardents.

**COTXES DE GRAN LUXE.** Segons Escarra, "els articles molt fins, de qualitat superior i alts preus, així com, en general, els articles de luxe no són fabricats a Catalunya". Aquesta afirmació tan general, i tan contundent, però, es pot matisar. Primer, a partir d'in-

formacions que ell mateix dona: a) al 1908, ja som a l'inici de l'exportació d'automòbils de gran luxe, els aviat mítics Hispano-Suïssa, que, cent anys després, han esdevingut unes valoradíssimes peces de museu, b) els pianos de cua, cara Catalunya, "només les indústries químiques i elèctriques, i les dedicades a la fabricació de pianos i d'automòbils (són) exemples de gran empresa capitalista", c) alguns tipus de taps de suro de preu elevat, car "els preus van de 2 pesetes el miler, a 0,35 pesetes la unitat".

A l'economia catalana de 1909 encara no hi ha les produccions dels articles de luxe, que són una de les

claus de l'èxit de Suïssa ja aleshores. Però ja es troben pistes del que està a punt de succeir. i) "l'edició de luxe", la cromolitografia, que és "encara poc avançada", però la Casa Thomas comença, ii) la joieria, que, amb la fàbrica temple del carrer Bailèn de Barcelona dels Masriera i Campins, farà un gran salt, iii) les rajoles cristallines hidràuliques, que són una innovació de la Casa Oliva, iv) la foneria d'Indústries Artístiques Francesc Vidal, al servei de l'arquitectura modernista, v) la "perfumeria fina, que és quasi desconeguda a Catalunya", està a punt d'experimentar un gran canvi. (I, un xic lluny de Catalunya, a Ve-

nècia, la Fàbrica Fortuny). Aquestes noves línies productives, que poden augmentar el desplaçament dels productes francesos, tindran un gran futur.

De fet, l'economia catalana ja es debat aleshores -i segueix- entre la producció d'articles de qualitat mitjana destinats al consum massiu, i la producció d'alta qualitat, destinada en una part ben destacada a l'exportació.

L'opció pel luxe no va ser la primera opció de l'economia catalana, però sí que va ser la d'alguns sectors i d'algunes empreses, que seria absurd menystenir amb el pes que van tenir aleshores.



CONTRA  
XIFRADA

Per Francesc Muñoz

# 150

## LLAMPS I ANYS

**C**atalunya és una de les zones de la península més bombardejades pels llamps. Concretament, a Barcelona es detecten cada any unes quatre descàrregues elèctriques de mitjana per quilòmetre quadrat. Aquesta ràtio pot ajudar a entendre per què Catalunya concentra una part important de les firmes de parallamps que hi ha a l'Estat. Però és insuficient per explicar per què atresorem una de les empreses més antigues del món en aquest sector: Torrente Tecno Industrial, que enguany celebra el 150è aniversari.

Per esbrinar les raons últimes d'aquesta longevitat cal guardar les estadístiques al calaix i acostar-se a l'establiment, situat al carrer del Marquès de Barberà de Barcelona. Un cop allà, convé plantar-se just davant per veure l'exterior, una joia del patrimoni comercial barceloní i admirablement ben conservada. Sense poder-ho evitar, la mirada es fixarà en el rètol, una de les mostres més sorprenents del disseny gràfic català de mitjan segle XIX, "J. Torrente. Parallamps" i, sobresortint, un braç amb la mà closa que agafa tres llamps. Després toca tafanejar una mica

150

Són els anys que celebra enguany  
Torrente Tecno Industrial, que acaba de rebre el reconeixement de la Cambra de Barcelona

l'aparador pulcrament decorat amb fotografies històriques de la botiga i de l'antic taller i amb una col·lecció de parallamps.

Segurament en aquell moment ens sobrevindrà un fort sentiment de pèrdua pels molts aparadors històrics que el pas del temps i la insensibilitat dels propietaris han fet desaparèixer de la ciutat. I aleshores obrirem la porta i voldrem conèixer qui s'ha esforçat d'aquella manera per preservar el testimoni d'aquella ciutat menestral, anterior a les exposicions universals, i coneixerem en Carles i en Jordi Torrente, la quarta generació de la família propietària i actuals gestors del negoci.

En Carles explica que el negoci el va muntar l'any 1860 el patró del seu rebesavi, Josep Torrente, que el 1892 el va adquirir. Fins a la dècada dels anys 30 del segle XX, l'empresa feia parallamps de tipus Franklin, per l'inventor, i també treballs de forja. A partir de llavors el negoci va abandonar la foneria, que començava a ser incompatible amb la vida de la ciutat, pel fum, i va passar a complementar el negoci dels parallamps amb els articles d'electricitat industrial. D'aquella època, en Carles recorda que el seu avantpassat va participar en l'inici de la il·luminació elèctrica de la ciutat de Barcelona, i que va ser tresorer de l'Exposició Universal del 1929: "Som una empresa petita que no obstant això ha estat present en moments històrics de la ciutat", explica orgullós Carles Torrente.

**SOBRETENSIÓ.** En els darrers 15 anys, una nova reconversió ha portat l'empresa a abandonar els motors elèctrics i a centrar-se en els protectors de sobretensió, que protegeixen els aparells electrònics de la casa en cas de descàrregues elèctriques, un producte que complementa millor els parallamps.

Amb el pas del temps i els



Carles Torrente, a la porta de l'establiment. ROBERT RAMOS

canvis d'usos, l'any 2000 l'empresa va veure la necessitat de fer una rehabilitació integral de la seu. L'antiga foneria va desaparèixer i la casa familiar del primer pis, que havia vist néixer les diferents generacions Torrente, s'ha convertit en uns despatxos moderns. Aprofitant aquesta transformació, es va desmuntar l'entrada, per rehabilitar-la, una operació feta per una em-

presa especialitzada que fins i tot va descobrir que hi havia rètols amagats. Les rajoles del terra, molt deteriorades, es van fer per encàrrec iguals que les originals. "El primer dia que hi vaig accedir després de la rehabilitació va ser com si entrés a la botiga aquell 1860, quan es va inaugurar", explica en Carles.

La posada al dia del negoci també ha comportat la potenciació de la presència

a internet, que ara és la nova entrada a l'empresa. El taulell original encara rep els clients a la botiga, però en Carles explica que són pocs els que s'hi atansen en persona. Pel lloc web de l'empresa, hi entren els clients de tota la vida i els nous. Reconeix que el prestigi assolit després de 150 anys de dedicació té un pes important en el mercat.

**LA CRISI.** Com es ressent una empresa amb aquesta trajectòria de la crisi actual? "Amb una certa relativitat", assegura en Carles. Quan un negoci les ha vist tan magres com aquest durant la guerra i la postguerra -altres necessitats més peremptòries van relegar la instal·lació de parallamps-, la situació actual es mira amb distància, tot i que s'ha de dir que el nou codi de l'edificació del 2006, que canvia la recomanació per l'obligatorietat de protegir els edificis dels llamps, ha tornat a generar activitat.

L'actual generació de propietaris reconeix que haver heretat un negoci de 150 anys és un orgull i una responsabilitat alhora. Primer, per preservar-lo, i després, per transmetre'l: "És un art, saber passar el negoci d'una generació a una altra", assegura Carles Torrente.

Potser per això, el més petit de la família, de tres anys, quan dibuixa una casa no oblidar mai afegir-hi un parallamps a la teulada.



HORARI DIVENDRES DE 16 A 20h  
DISSABTE I DIUMENGE DE 10 A 20h  
DIVENDRES ENTRADA GRATUÏTA

# ECO-SÍ

19.20.21 DE NOVEMBRE  
PALAU DE FIRES DE GIRONA

ESPAI "ECO-MERCAT"  
ALIMENTACIÓ ECOLÒGICA  
TERÀPIES NATURALS

ENERGIES RENOVABLES  
BIOCONSTRUCCIÓ

**NOVETAT**

■ Edificació i Sostenibilitat marcaran la novetat en aquesta edició

**ESPAIS I ACTIVITATS DESTACADES**

- Espai Eco Mercat: mercat viu de productes ecològics procedents de la demarcació de Girona
- Desfilada de roba a càrrec de la cooperativa *Roba Amiga*
- Sala del silenci
- Tallers infantils
- Tallers i demostracions de cuina eco
- Presentacions de productes i serveis a càrrec dels expositors del saló

Consulteu detall del programa a [www.firagirona.com](http://www.firagirona.com)

ORGANITZA  
Fira de Girona

COL·LABORA  
Ajuntament de Girona

**"la Caixa"**