

## Salut destina 200 millones a empresas privadas en Barcelona

Gabriel Trindade. Barcelona

El Departament de Salut dedica 200 millones de euros anuales sólo en Barcelona a entidades privadas con ánimo de lucro integradas en el Siscat, el sistema sanitario público catalán. Así lo confirma un informe del Ayuntamiento de Barcelona sobre la privatización de los servicios asistenciales en la capital catalana.

La alcaldesa de la ciudad, Ada Colau, señaló en rueda de prensa que se debe superar “la inercia privatizadora” en el ámbito de la salud de los últimos años y “reforzar la presencia pública para garantizar el mejor servicio a los ciudadanos”. El informe indica que un 10% del presupuesto sanitario se dedica a entidades privadas con ánimo de lucro.

El informe analiza cada una de las líneas asistenciales y constata que, en el ámbito de la atención sociosanitaria, el peso de los proveedores privados con ánimo de lucro es del 48%, y es mayoritario en la rehabilitación extrahospitalaria o el transporte sanitario, donde alcanza el 100% de la titularidad.

Los datos revelan que en el área de la atención hospitalaria, la contratación privada supone un 4% del total (58,9 millones) y se centra únicamente en el del Hospital Universitario del Sagrat Cor, el cual la Generalitat podría expulsar del Siscat en los próximos meses.

**HORARIOS COMERCIALES/** LA NUEVA NORMATIVA MUNICIPAL NO HA ENCONTRADO CONSENSO Y LOS MÁS LIBERALES RECLAMAN PODER BENEFICIARSE DE LOS TURISTAS TAMBIÉN EN DOMINGO.

# Las tiendas en zonas turísticas piden más libertad a Colau

**ANÁLISIS** por Marisa Anglés

Los cinco domingos que las tiendas de Barcelona podrán abrir este año entre mayo y octubre no resultan suficientes para muchos comerciantes. Pero tampoco están de acuerdo otros sectores económicos de la ciudad, como el hotelero y otros servicios, que opinan que una ciudad como Barcelona cerrada a cal y canto en festivos proyecta una imagen de atraso. Un hotelero contaba ayer que los domingos envía a los clientes que quieren hacer *shopping* al Aeropuerto de Barcelona, el único lugar cercano donde las tiendas están abiertas, además de La Roca Village. La directora comercial de la Marina One Ocean Port Vell, Anella Alcott, explicó que hace unos días “la mujer más rica de Alemania quería hacer una ruta de compras por la ciudad pero, como era domingo, se fue sin gastar un euro”; “he visto propietarios de yates que cuando salen de compras se gastan más de un millón de euros”, dijo Alcott.

Gabriel Jené, director general de Barcelona Oberta, que agrupa a los ejes comerciales turísticos, apostó por “convencer a los comerciantes que no quieren liberalizar al sector”; “no sólo debemos pensar en lo que es bueno para cada uno de nosotros –argumentó–, sino en lo que es mejor para el conjunto de la ciudad”.

Barcelona Oberta, junto con Kreab, organizó ayer un encuentro de directivos y empresarios implicados con la ciudad. El profesor de la Universitat de Barcelona (UB), Jordi Suriñach, autor de estudios sobre la liberalización de



Turistas extranjeros de compras por Barcelona.

horarios comerciales, que también participó en el debate, apuntó que “hay que ser conscientes de que es un tema muy subjetivo y de que la opinión está dividida”, pero su conclusión fue que “si no se liberalizan los horarios, nos quedaremos atrás”.

El vicepresidente de Barnacentre y director general de Cottet, Javier Cottet, se mostró “muy preocupado” por las restricciones a los negocios privados que se están aplicando desde el Ayuntamiento. “Son precisamente los gobiernos que defienden el estado del bienestar los que conseguirán que se reduzcan los ingresos para las arcas públicas que generan todos estos ne-

gocios”, advirtió Cottet, quien explicó que, de las seis tiendas que la enseña tiene en Madrid, los domingos sólo abren las tres situadas en zonas turísticas. “El mercado se regularía sólo”, aseguró.

El único que se mostró contrario a la liberalización de horarios fue el director general de Comertia, Joan Carles Calbet. “Abrir los festivos beneficia más a unos que a otros”, dijo. “Obviamente, unos se verán más beneficiados que otros”, sostuvo la directora de Aguirre Newman en Barcelona, Anna Gener, quien abogó por “pensar en el interés común de la ciudad y no en intereses concretos”.

## Aumento de la demanda de locales comerciales

**FORCADELL** La demanda de locales comerciales para venta y alquiler en Barcelona aumentó un 20% y un 3,5%, respectivamente, en el segundo semestre de 2015 respecto a los seis primeros meses de ese mismo año. Según el último informe de la inmobiliaria Forcadell, los sectores *gourmet* y *belleza* son los que han registrado una mayor demanda.

## La eléctrica gana el concurso del Metro de Barcelona

**ENDESA** Por tercer año consecutivo, la compañía ha ganado el concurso de suministro eléctrico convocado por el Metro de Barcelona y otras cinco redes de otras ciudades españolas. El contrato, por un importe de 24,2 millones de euros, corresponde a 2017 y el consumo de las seis redes se estima en 406 gigawatts/hora.

## La consellera de Treball mediará en el conflicto laboral

**BACARDÍ** La consellera de Treball, Dolors Bassa, se reunió ayer con el comité de empresa de Bacardí, al que prometió que intentará mediar en el conflicto laboral desatado por la decisión de cerrar la planta de Mollet del Vallès. Bassa dijo que convocará a la empresa para conocer de primera mano sus argumentos para justificar el ERE, que afectará a 82 personas, informa Efe.

# Europastry eleva la producción de ‘Dots’ a un millón y medio de unidades al día y crece en Holanda

S. Saborit. Barcelona

Europastry se consolida como el mayor fabricante europeo de rosquillas congeladas, que comercializa con la marca *Dots*. La compañía familiar catalana ha elevado a un millón y medio de unidades diarias la producción de este bollo, que se ha convertido en el gran rival de los *Donuts* de Panrico. Así lo anunció ayer el presidente del grupo, Jordi Gallés, que se reunió con los jóvenes empresarios de Aijec.

Según Gallés, la planta de Europastry en Rubí (Vallès Occidental) produce un millón de *Dots* al día, que exporta hasta países tan lejanos co-

mo Australia, México y Sudáfrica. En paralelo, en septiembre, Europastry puso en marcha una fábrica en Holanda especializada en este producto para abastecer a sus clientes europeos, entre los que figura Starbucks. El centro holandés ya trabaja a dos turnos y su producción de *Dots* asciende a medio millón de unidades diarias.

“La tecnología del conge-

**La inversión en la nueva planta holandesa se eleva a 25 millones de euros**

lido ha desplazado al producto fresco en todo el mundo”, afirmó satisfecho Gallés en una clara alusión a los *Donuts* de elaboración diaria que comercializa Panrico.

Gallés confirmó ayer que Europastry ampliará este año la planta de Holanda para empezar a producir también otro tipo de bollería ultracongelada, lo que elevará la inversión en el país a 25 millones de euros. “Desde Holanda podemos abastecer a un radio de población de 150 millones de habitantes”, afirmó.

El empresario no quiso avanzar la cifra de facturación de 2015, pero el grupo podría

haber superado los 500 millones. En 2014, el líder español del pan ultracongelado facturó 429 millones, pero hay que tener en cuenta que la compañía está experimentando un fuerte crecimiento en Estados Unidos, donde el año pasado elevó al 70% su participación en la empresa Wenner Bakery, con sede en Nueva York.

### Esfuerzo y pasión

Gallés, de 43 años, transmitió a los jóvenes de Aijec que la clave del éxito está en “poner mucho esfuerzo y pasión” en el trabajo diario. Reconoció que la empresa que fundó su padre “ha tenido suerte” a lo

largo de su trayectoria y también recordó momentos amargos como el incendio que sufrió en 2001 su planta de Rubí sólo tres meses después de ser inaugurada. “Con muchas horas, mucha inventiva y con el apoyo de los bancos y de nuestros clientes, logramos salir adelante y reconstruir la fábrica en un tiempo récord”, explicó.

Gallés, que se incorporó a la empresa en 1995 –cuando facturaba 10 millones–, destacó que las dos grandes apuestas del grupo son la innovación y la internacionalización. Gracias a esta estrategia, el 30% de los ingresos ya proce-



Jordi Gallés, ayer.

den de fuera de España. El empresario reconoció que la decisión de vender las cadenas El Molí Vell y Santa Gloria fue “emocionalmente muy dura”; “nos costó”, admitió.