

## CATALUNYA

**Convenio con el Col·legi de Periodistes para mejorar el rigor en información económica**

**COL·LEGI D'ECONOMISTES** La institución profesional ha sellado un acuerdo de colaboración con el Col·legi de Periodistes de Catalunya con el objetivo de incrementar el rigor de la información económica y "facilitar el entendimiento de la macroeconomía y la microeconomía", según Anton Gasol, decano de la entidad. "Informar de manera cuidadosa, precisa y con rigor nos recuerda el primer punto de nuestro código deontológico", subrayó, por su parte, Neus Bonet, decana de la agrupación de periodistas. El convenio incluye la organización de actividades y formación conjuntas.

**Coche eléctrico en la capital catalana**

**AVANCAR** La empresa de vehículos de alquiler ha incorporado el primer coche 100% eléctrico a su flota de Barcelona. Se trata de un Hyundai Ioniq de batería de litio. Si la iniciativa triunfa, Avancar ampliará la flota en la ciudad, donde el 20% de sus coches son híbridos.

**Acuerdo con el Clúster Gourmet**

**ULABOX** El supermercado online ha firmado un acuerdo con el Clúster Gourmet de Catalunya para crear una división especializada en productos selectos dentro de su plataforma. El nuevo servicio, Catalonia Gourmet Market, reunirá artículos de 50 marcas del sector.

**Alianza con el Mercat de la Boqueria para vender sus productos a través de Internet**

**MANZANING** Por primera vez, el histórico Mercat de la Boqueria tendrá un servicio de venta online. La entidad ha cerrado un acuerdo con Manzaning para comercializar los productos de sus paradas a través de esta plataforma online. Un total de catorce establecimientos se han sumado a la iniciativa. Se trata de Vidal Pons, Espècies Morilla, Avinova, Menuts Rosa, Formatgeria Elisa, Olives Francesc o Cal Neguit, entre otros. Con este fichaje, Manzaning redondea su presencia en Barcelona, donde mantiene acuerdos con mercados como los de Horta, Tres Torres, Sant Gervasi o Lesseps.

# Muji abre en Barcelona su mayor tienda de Europa y apunta a Madrid

**EN EL PASSEIG DE GRÀCIA** La cadena japonesa de moda y decoración inaugura hoy en el Passeig de Gràcia un establecimiento de 1.200 metros cuadrados dos años después de comprar su filial española.

M. Anglés. Barcelona

Dos años después de absorber sus filiales en España y Portugal, la cadena japonesa de moda y decoración Muji apuesta por la apertura de grandes tiendas de referencia en Madrid, Barcelona y Lisboa. Hoy inaugura en el Passeig de Gràcia la que será por el momento su mayor tienda en Europa, con una superficie de 1.200 metros cuadrados. Mientras, busca la ubicación idónea para hacer lo mismo en Madrid y Lisboa.

El director general para el mercado ibérico, Joaquim Toca, explicó ayer que estas macrotiendas no sólo atraen a más clientes sino que sirven para reforzar la imagen de la marca. "Mientras la distribución en España estaba en manos de franquiciados, no tenía sentido para estos abrir en el Passeig de Gràcia porque no se beneficiaban del turista americano que descubre aquí

## La nueva tienda tiene secciones inéditas hasta ahora, como la de alimentación

la tienda pero luego compra al regresar a su país", explica. Sólo la matriz puede permitir estos establecimientos de referencia, con estos tamaños y ubicados en los ejes comerciales más exclusivos.

Hasta 2016, las filiales de España y Portugal habían pertenecido a las familias Andreu y Puig. La marca llegó al mercado español en 2006 y hasta ahora contaba con dos tiendas en Barcelona -situadas en Rambla Catalunya y L'illa Diagonal-, dos más en Madrid y una en Lisboa.

Además, también tenía presencia en los centros de El Corte Inglés del Portal de l'Àngel de Barcelona y de Cas-



Joaquim Toca y el presidente de Muji en Europa, Takuo Nagahara.

tellana, en Madrid. Pero la nueva estrategia comercial del grupo para estos mercados, ha provocado el cierre de estos dos puntos de venta, que tenían una superficie de unos 50 metros cuadrados. "No eran representativos de la

marca", justificó ayer Toca. El resto de tiendas, tanto en Madrid como en Barcelona, se mantendrán abiertas.

Al ganar superficie comercial, el nuevo establecimiento del Passeig de Gràcia ha podido ampliar el número de refe-

## La matriz apuesta por las tiendas de referencia tras haber recuperado su filial española

rencias e incluye secciones prácticamente inexistentes hasta ahora en España, como la de alimentación, mobiliario y proyectos de interiorismo, personalización de libretas y bordado de prendas y moda infantil.

Pese a ser la mayor tienda de Europa, con 2.500 referencias, el establecimiento del Passeig de Gràcia todavía no alcanza el tamaño de algunos de los locales que tiene en Asia, donde llegan a alcanzar las 6.000 referencias. Además, en dos de las tiendas que Muji tiene en China y en un establecimiento que inaugurará próximamente en Japón, la firma ocupa edificios com-

## CIERRES

La estrategia de apertura de grandes tiendas también ha implicado el cierre de dos puntos de venta en el interior de El Corte Inglés.

pletos donde, además de una gran superficie comercial, la marca cuenta con un restaurante y un hotel.

En Europa, el grupo también ha abierto macrotiendas en París y en Milán y proyecta inauguraciones de más tiendas de referencia en Berlín, Zurich y Helsinki.

## Comercio online

El control de la distribución en España por parte de la matriz japonesa también ha supuesto un cambio importante en el ecommerce. Si antes de la absorción, el canal online estaba controlado por las familias Andreu y Puig y operaba de forma independiente, actualmente ya forma parte de la plataforma global de Muji en Europa aunque, por el momento, las ventas al mercado español y portugués se distribuyen desde una de las tiendas situadas en Madrid.

# VozTelecom planea adquisiciones en 2019 y cierra una emisión de bonos convertibles

E. Galián. Barcelona

La compañía de telecomunicaciones para pequeñas y medianas empresas VozTelecom ha empezado a sondear el mercado con el objetivo de acometer entre una y dos adquisiciones el año que viene. El objetivo de la firma es absorber compañías del sector que le ayuden a convertirse en uno de los operadores de referencia para pymes en el mercado español.

Esta industria está muy atomizada; por ello, VozTelecom tendría pensado integrar a un actor con actividad en toda España que le permitiese

incrementar la cartera de clientes y su red comercial. Este proceso se ha activado después de que la empresa cerrara una emisión de bonos convertibles en acciones de dos millones de euros el pasado mes de septiembre, cuyo desembolso está previsto para antes de final de año.

La mayor parte de la operación ha sido suscrita por los principales accionistas de la compañía de Cerdanyola (Vallès Occidental): la firma de capital riesgo Inveready, a través del fondo de deuda Inveready Convertible Finance, y Capital MAB, un fondo del

Institut Català de Finances (ICF). También han participado otros inversores minoritarios.

La nueva línea estratégica de crecimiento coincide con una mejora en la rentabilidad de la empresa. En los nueve primeros meses del año, la compañía registró unos ingresos de 7,8 millones de euros, un 8,53% más que en el

**La emisión, de dos millones de euros, ha sido suscrita por Inveready y Capital MAB, entre otros**

mismo periodo de 2017. Por su parte, el resultado bruto de explotación (ebitda) se situó en 632.712 euros, frente a los 123.081 euros del ejercicio anterior. "En 2016, cuando salimos al Mercado Alternativo Bursatil (MAB), y en 2017 hicimos una fuerte inversión comercial en puntos de servicio para ganar capilaridad", explica Xavier Casajoana, consejero delegado de VozTelecom. "Eso lastró nuestra rentabilidad", indica.

La línea de negocio con mejor comportamiento fue el servicio de centralita en la nube con Internet, fijo y móvil,



Punto de servicio de VozTelecom en Barcelona.

que alcanzó un volumen de ingresos de 4,37 millones (+26%).

Con todo, la mejora del margen, de un 60% sobre las ventas, no se tradujo en números negros. La empresa

perdió 730.429 euros hasta septiembre, eso sí, con una mejora del 35,75% con respecto al mismo periodo de 2017, cuando se dejó 1,13 millones de euros. La capitalización asciende a 16,7 millones.