

CATALUNYA

Molins, Cemex, Uniland y Lafarge elevan su producción un 1% en la comunidad

CIMENT CATALÀ Las plantas de producción de cemento en Catalunya elevaron su actividad un 1,3% en 2015, hasta las 2,28 millones de toneladas. Esta evolución se produce, sobre todo, gracias al repunte del consumo de cemento, que, con 1,57 millones de toneladas, subió un 7,8% respecto del ejercicio anterior, la primera vez que esto sucede tras siete años de desplome. Ciment Català, la patronal que agrupa a Molins, Cemex, Uniland y Lafarge, alertó de que 2016 se presenta como un ejercicio "incierto". Por su parte, las exportaciones cayeron un 9,8%, hasta los 2,51 millones de toneladas.

El portal ingresa 330 millones en 2015

ATRÁPALO El portal online de viajes y planes de ocio facturó más de 330 millones de euros en 2015, lo que supone un incremento de más del 5% que el año anterior. La empresa se ha afianzado en Latinoamérica, donde ha crecido un 60% en el último ejercicio.

La firma de inteligencia creció un 67% el año pasado hasta facturar 4,6 millones de euros

INBENTA La firma de inteligencia artificial ha recibido varias ofertas de compra, después de cerrar 2015 con una facturación de 5 millones de dólares (4,6 millones de euros), un 67% más que en 2014, y prever alcanzar 8 millones de dólares en 2016. La compañía, que ultima una segunda ronda de inversión por valor de 11 millones de dólares (algo más de 10 millones de euros), ha reforzado en el último año su presencia internacional y ha incrementado su plantilla en un 50%, informa Efe. Inbenta ha destacado el importante crecimiento que ha experimentado en el mercado americano.

Ahorro anual de 400.000 euros

UB Sin votos en contra, el consejo de gobierno de la Universitat de Barcelona (UB) ha aprobado reducir sus departamentos de 106 a 59, lo que supone un descenso del 44%. La medida supondrá un ahorro de 400.000 euros anuales, sin que se tenga que reducir la plantilla.

Florencia lanzará franquicias en el extranjero

Expansión. Barcelona
Florencia, la firma de moda catalana impulsada por empresarios de origen chino, prevé iniciar su expansión internacional a través de franquicias en 2016. El plan estratégico para su despliegue en el extranjero ha sido diseñado por la consultora T4, que también será la encargada de ejecutarlo.

La enseña abrirá establecimientos franquiciados con una superficie de alrededor de 200 metros cuadrados, que se sumarán a las cinco tiendas propias que la firma ya tiene en Barcelona. Por cada uno de los nuevos locales, el franquiciado tendrá que invertir 90.000 euros, que según ha indicado la compañía podrán traducirse en una facturación de unos 600.000 euros anuales.

En 2015, la marca alcanzó un volumen de negocio cercano a los 500.000 euros y cerró el ejercicio con una plantilla de 30 trabajadores. En 2016 prevé incrementar su facturación en un 40%, informa Efe.

En diciembre, Florencia abrió una tienda de referencia en la calle Pelayo de Barcelona, uno de los principales ejes comerciales de la ciudad. La firma ya se había estrenado en una calle de primer nivel unos meses antes, cuando se instaló en la confluencia de Cucurulla con el Portal de l'Àngel, la calle más cara de Barcelona. Estas tiendas se suman a las que ya tenía en las calles Fontanella y Hospital y a los locales situados en los centros La Maquinista y Splau.

Capital de origen chino

Florencia vende prendas con un precio medio de entre 10 euros y 25 euros y se dirige a un público femenino joven. No es la única cadena de capital chino que está creciendo en España, donde también operan otras como Mulaya, Okeys y CVG.

DIRECTIVAS/ DESTACADAS EMPRESARIAS RECLAMAN MÁS MEDIDAS DE CONCILIACIÓN Y PIDEN QUE LOS HOMBRES SE INVOLUCREN EN LA INTEGRACIÓN DE LA MUJER EN PUESTOS DIRECTIVOS.

Las mujeres asaltan los cielos

ANÁLISIS por Eric Gallán

La integración plena de las mujeres en el mercado laboral y su acceso a los puestos de alta dirección son dos de los principales retos a los que se van a tener que enfrentar las organizaciones durante los próximos años. Para Carlota Pi, cofundadora y responsable de marketing de la compañía eléctrica Holaluz, el concepto de conciliación laboral es "algo del pasado". Para esta empresaria, la mujer conforma un todo que no puede dividirse en parcelas según la actividad que esté realizando en cada momento. En su compañía se está impulsando el concepto de "ser uno mismo", con todo lo que conlleva en el caso de las personas que son padres, según explicó ayer en una jornada sobre mujeres directivas organizada por el IESE.

Entre las acciones que se están llevando a cabo destaca la supresión de un horario fijo para los trabajadores. El equipo directivo define los objetivos a 90 días y cada empleado se organiza a su manera. Además, cuando la firma, formada por 70 trabajadores, cambió de sede a unas oficinas más grandes, hace un año, Pi decidió habilitar un espacio de 20 metros cuadrados para instalar una guardería, pese a que en ese momento tan sólo había una trabajadora embarazada.

"Los cambios no ocurren solos, hay que provocarlos", recalzó. En Holaluz, la proporción entre hombres y mujeres es prácticamente del 50%, aunque Pi aclaró que no se trata de algo buscado sino que es fruto del "ecosistema que se vive en la empresa".

Ana Alonso, directora de grandes cuentas de Microsoft, señaló que en el sector tecnológico ha sido difícil, históricamente, la introducción de la mujer. Para paliar este déficit, la compañía de Bill Gates ha desplegado una inversión de 100 millones de euros en universidades para fomentar el acceso de la mujer a la industria tecnológica. La empresa también trabaja habitualmente con asociaciones de mujeres para promover las carreras técnicas en este colectivo. Alonso apuntó que la tecnología ha sido una herramienta indispensable para la conciliación familiar, pese a que también tiene sus riesgos, como el de "difuminar las barreras entre la vida personal y laboral".



Carolina Schmidt, exministra de Chile; Carlota Pi, de Holaluz; Eghosa Oriakhi, de Baker Hughes; Kathleen McGinn, de Harvard y Nuria Chinchilla, del IESE.

HOLALUZ CRECE

Según anunció Carlota Pi, Holaluz tiene previsto expandirse en **Portugal, Italia y América Latina** en los próximos cinco años. La firma prevé alcanzar los 500.000 clientes en la factura de la luz y 100.000 en el gas natural al final de este periodo, tras cerrar 2015 con una facturación de 70 millones de euros.

Según Carolina Schmidt, exministra de Educación y de Asuntos de la Mujer durante el Gobierno de Sebastián Piñera en Chile, una reducción del 25% en la brecha de la participación de la mujer en el mercado de trabajo significa incrementar el PIB 0,6 puntos anualmente. Schmidt alegó que en países como Chile, el 47% de las mujeres han cursado estudios superiores, en contraposición al 31% de los hombres. "Las empresas están perdiendo una gran oportunidad para incrementar su competitividad", recalzó la exministra. Según Schmidt, las mujeres tan sólo ocupan, de media, el 15% de los puestos directivos en Estados Unidos y Europa. "En mi país, Chile, ese porcentaje no llega al 6%". La dificultad para que

Schmidt: "Reducir un 25% la falta de mujeres trabajadoras incrementa el PIB en un 0,6% anual"

las mujeres alcancen puestos directivos tiene su origen, en ocasiones, en la propia cultura de las organizaciones. A juicio de la exministra, el hecho de incorporar a mujeres a la cúpula directiva de las empresas, "a menudo se ignora o no se le da importancia". Schmidt apuntó a los efectos y las dudas que genera este hecho en entornos tradicionalmente dominados por el género masculino. "Y por qué no decirlo, existe la percepción de que las mujeres tienen una menor capacidad directiva", denunció. La exministra también aclaró que estereotipos como el de la mujer directiva que no tiene ni vida personal ni familiar, y está entregada en cuerpo y alma al trabajo, son clichés que perjudican al desarrollo laboral de las mujeres.

Para Eghosa Oriakhi, directora de operaciones para Europa, África y Rusia de la compañía energética Baker Hughes, la clave es introducir al hombre en el debate y que éste se sienta interpelado por la realidad que viven las mujeres. "Los hombres deben romper el silencio y ser una voz moral: la inactividad refuerza el problema", argumentó.

Vicens Vives unifica sus sociedades y abre un centro en Madrid

T.D. Barcelona
El grupo editorial Vicens Vives se ha reorganizado societariamente mediante la fusión de las cuatro empresas que tenía hasta ahora: Ediciones Vicens Vives, Vicens Vives Primaria, Distribuidora Vicens Vives e Instituto Cartográfico Latino. Con esta operación, la editorial especializada en libros de texto, material didáctico y contenidos digitales educativos retoma el nombre con el que se fundó en 1961, impulsada por Roser Rahola de Espuña, viuda de Jaume Vicens Vives, y su hijo, Pere Vicens Vives.

Entre sus sellos editoriales figuran Vicens Vives, Instituto Cartográfico Latino (ICL), Piñata, Cucaña, Clásicos Adaptados, Aula de Literatura y Black Cat. En el ámbito digital, la empresa tiene la plataforma Tiching.

Nueva etapa

El objetivo de la reorganización es optimizar la gestión del grupo y fortalecer el valor histórico de su marca. Además, la compañía también pretende implementar nuevas políticas en el área de recursos humanos apoyando los planes de paridad y la conciliación entre la vida laboral y familiar, según comunicó ayer el grupo que dirige Pere Vicens Vives.

Con sede en Barcelona, la firma editorial tiene nueve oficinas en España y filiales en Argentina, Colombia, Perú, México y Chile.

Por otro lado, la compañía cuenta con el centro de impresión Gráficas Instar, que da servicio al propio grupo y a terceros desde su planta de L'Hospitalet de Llobregat.

Junto a los cambios internos, Vicens Vives inaugurará el 1 de febrero un nuevo centro logístico y comercial en Fuenlabrada (Madrid), que dispondrá de 2.800 metros cuadrados.