

CATALUNYA

Prórroga de la Generalitat por un año para abocar residuos en el depósito del Cogulló

IBERPOTASH La Generalitat ha concedido un año más de prórroga a la empresa Iberpotash para continuar abocando residuos al depósito salino controlado del Cogulló, en Sallent (Bages), hasta el 30 de junio de 2019, un tiempo necesario para "completar las actuaciones para trasladar su actuación" hasta Súria (Bages). Una sentencia judicial determinó que la compañía debía cesar los vertidos el pasado 30 de junio de 2017, pero la empresa ya pidió una prórroga, que se agotaba en los próximos días, y ahora ha pedido la segunda, que ha sido aceptada por la comisión de urbanismo de la Catalunya central.

La firma auditará un año más a la ACA

CORTÉS Y ASOCIADOS La Agència Catalana de l'Aigua (ACA) ha prorrogado por un año el servicio de auditoría de sus cuentas anuales a Cortés y Asociados, que cobrará 14.995 euros, más IVA. Cortés ya audió a la ACA en 2016 y 2017 y ahora se encargará de 2018.

Presencia hasta 2020 en Barcelona

GAMELAB La feria de videojuegos Gamelab y el Institut Català de les Empreses Culturals (Icec) han cerrado un acuerdo para dar continuidad al congreso en la capital catalana hasta 2020. La edición de este año llegó a peligrar por la situación política y la falta de fondos.

Un empresario amigo de Oriol Pujol admite un fraude fiscal de 890.000 euros

'CASO ITV' El empresario Sergi Alsina, implicado en el caso ITV, admitió ayer haber defraudado 890.000 euros a Hacienda con las ganancias obtenidas de la venta de la planta de Sony en Viladecavalls (Vallès Occidental) en 2011. Alsina y otros implicados mediaron en esta operación en la que Ficosa adquirió la fábrica. La primera pieza de la presunta trama corrupta que afecta a Oriol Pujol, hijo del expresidente Jordi Pujol, llegó ayer a juicio en el Juzgado de lo Penal número 18 de Barcelona. En el proceso se acusa a Oriol Pujol de cobrar comisiones ilegales a través de su esposa.

La agencia Solsona Comunicación se integra en el grupo Alta

A. Zanón. Barcelona

Montse Solsona, presidenta ejecutiva de Solsona Comunicación, ha vendido el 67% de su agencia al grupo Alta Comunicación, cuyo consejero delegado y máximo accionista es Ton del Pozo, vocal del Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya, del que fue decano entre 2013 y 2016. La directiva mantendrá el 33% de la compañía que fundó en 1993.

Además de la propia Solsona, especializada en relaciones públicas, comunicación y medios, Alta reunirá a otras tres agencias: Punta Alta, de marketing y comunicación de salud, dirigida por Salvador López; La Bendita, de publicidad, liderada por Pere Terés, y The Digital Adgency, de medios digitales y nuevos, liderada por Alejandro Peris. El importe de la operación no ha trascendido.

"La integración se hace para fomentar las sinergias y la complementariedad y para crecer", explicó ayer Solsona, quien aseguró que la sociedad mantendrá su sede, en Rambla Catalunya y en ella seguirá Albert Salvador como socio director. La agencia ha tenido como clientes a Abertis, Aquarius, Nissan, Seat, el Racc y Grohe, por ejemplo.

Los 14 empleados de Solsona pasarán a Alta, que sumará ahora un total de 46 profesionales. La facturación del grupo resultante se prevé en 5,5 millones este ejercicio, en torno a un 10% superior a la de 2017. Por su parte, Solsona facturó 1,9 millones de euros en 2017, un 10% más que en el ejercicio anterior.

Antes de fundar la agencia, Solsona trabajó en Sony, Sanofi y Cobega, la embotelladora de Coca-Cola. La directiva es miembro del Círculo de Economía, el Círculo Ecuestre y la Asociación Española de Directores de Comunicación, entre otros.

Orangetheory Fitness desembarca en Barcelona y abre ocho gimnasios

INVERSIÓN DE 3,6 MILLONES/ La cadena estadounidense especializada en los entrenamientos para quemar calorías ha cerrado un acuerdo con un grupo empresarial local para estrenarse en la capital catalana.

Marisa Anglés. Barcelona

Nueva cadena de gimnasios en Barcelona. El grupo estadounidense Orangetheory Fitness, que ya cuenta con dos centros en Madrid, ha anunciado su desembarco en la capital catalana y, a diferencia de la mayoría de cadenas que están aterrizando en la ciudad, su principal reclamo no es un precio de derribo sino sus sesiones de entrenamiento orientadas a quemar calorías intensivamente.

Orangetheory ha cerrado un acuerdo con un grupo empresarial catalán -cuyo nombre no ha trascendido-, a quien ha cedido los derechos para explotar la marca en Barcelona e impulsar su crecimiento a través de franquicias. Según fuentes de la empresa, este grupo tiene la intención de abrir ocho gimnasios en los barrios más representativos de la ciudad en los próximos dos años y medio.



Las clases de Orangetheory Fitness se basan en la quema de calorías.

Cada uno de ellos requiere una inversión inicial de 450.000 euros, lo que supondrá un desembolso total de 3,6 millones.

La firma, nacida en 2010 y que posee 294 gimnasios en 18 países de todo el mundo. El año pasado facturó 595 millo-

La cadena nació en 2010 y ya cuenta con 294 gimnasios en 18 países de todo el mundo

nes de euros y prevé alcanzar 806 millones de euros en 2018. El grupo se ha marcado como objetivo la apertura de 300 centros en los próximos años en Europa, América Central y Asia.

El director de expansión de la cadena, David Estébanez,

afirmó ayer que se trata de "un modelo de negocio que está revolucionando el sector". Su fórmula se basa en las clases de una hora grupales, con un máximo de 24 personas, dirigidas por un profesor. Cada participante usa un monitor de ritmo cardíaco que le permite ver, en las pantallas del estudio y más tarde en su smartwatch, su frecuencia cardíaca máxima durante todo el entrenamiento.

El nombre de la cadena procede precisamente de su fórmula. El objetivo es impulsar el ritmo cardíaco hasta la "zona naranja", o al 83% del esfuerzo máximo, y permanecer en ella durante doce de los 55 minutos de la clase. Según la compañía, en cada una de estas sesiones se consumen entre 500 y 1.000 calorías.

Otra cadena de gimnasios, la británica Trib3, acaba de abrir en la calle Aribau su primer centro en Barcelona.

El Puerto quiere que 2.300 camiones usen el gas natural

Javier Cumellas. Barcelona

El Puerto de Barcelona presentó ayer un proyecto piloto para que todos los camiones que operan en sus instalaciones se alimenten de gas natural. En la actualidad, ya hay 26 camiones que han sido adaptados para que sus motores combinen diésel con gas natural y la idea es que esto se extienda a los cerca de 2.300 camiones que trabajan diariamente en el Puerto, gestionados por once empresas transportistas.

El proyecto, llamado *RePort*, pretende reducir las emisiones contaminantes, los

costes económicos derivados del combustible y fomentar la investigación en el ámbito del transporte terrestre de mercancías, según explicaron sus promotores. Así, por ejemplo, de la veintena de camiones que ya funcionan con este sistema, se ha conseguido un ahorro económico de unos cinco euros por cada 100 kilómetros de recorrido, así como

Ficosa ha coordinado el proyecto y la logística la ha diseñado Gas Natural Fenosa

reducir un 20% tanto el consumo de diésel como las partículas de óxido de nitrógeno.

Esta prueba piloto cuenta con el apoyo de varias organizaciones como Ficosa, que ha coordinado el proyecto, Acció, la Associació de Transportistes Empresaris de Contenedors (Atec), el Barcelona Supercomputing Center, que mide la dispersión de las emisiones, y Gas Natural Fenosa, encargada de diseñar la logística de suministro de gas natural a los camiones.

El proyecto ha contado con un presupuesto de 1,6 millones de euros, de los que cerca



Directivos de Ficosa, Gas Natural, Acció y Atec acudieron al acto.

de 700.000 euros han sido aportados por los fondos de desarrollo regional de la Unión Europea. El programa *RePort* forma parte de las acciones previstas en el plan de

mejora de la calidad del aire del Puerto, donde destaca la renovación de las flotas internas con vehículos eléctricos y las bonificaciones a los barcos más limpios.