

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Firmas como Facebook, Microsoft, Lidl o Nestlé crecen en la capital catalana para aprovechar el ecosistema innovador

La tecnología tira de la economía barcelonesa

J. CATA / L. PELLICER
Nació como un espacio para tejer relaciones que diera cobijo a emprendedores de Barcelona. Hoy, el Pier 01, ubicado en el Palau del Mar, es un hervidero de *startups*. Aquí están Tiendeo, HolaLuz o ByHours. Y acaba de aterrizar Chartboost, fundada por dos catalanes, Maria Alegre y Pepe Agell, en San Francisco. En los últimos meses la ciudad ha vivido una lluvia de proyectos tecnológicos de grandes corporaciones como Facebook, Lidl, Microsoft o Nestlé y de plataformas como Satellogic, Energisme, Moodle o Zeptolab. La tecnología está impulsando este año a la capital del Mobile World Congress, que necesitaba dejar atrás las malas noticias: los traslados de sedes sociales y la caída del turismo. Según el Innovation City Program, Barcelona es la quinta ciudad más innovadora de Europa y la decimotercera del mundo. “Es un ecosistema que ya tiene muchas piezas del rompecabezas. Falta ahora que las administraciones centren la financiación en los proyectos que lo valgan”, dice Lluís Rovira, director de CERCA, que aglutina los centros de investigación en Cataluña.

Barcelona ya ha tenido sus casos de éxito. La francesa Vente-privee se hizo con Privalia por unos 500 millones; la estadounidense

Take-Two adquirió la empresa de videojuegos Social Point por 230 millones y el gigante japonés Softbank se fijó en Beaboo. “El éxito de Barcelona pasa por ser capaces de crear y retener talento, que es el petróleo del siglo XXI. Y para eso debemos seguir haciendo los deberes: que la fiscalidad y la burocracia no sean un problema o que el inglés sea una lengua vehicular más”, sostiene el consejero delegado de Barcelona Global, Mateu Hernández.

Pepe Agell, de Chartboost, abrió su primera sede europea en Ámsterdam para captar buenos profesionales y por las conexiones internacionales con San Francisco. Hoy, Barcelona tiene dos aerolíneas (Norwegian y Level) que cubren esa ruta. Y afirma que tiene buenos ingenieros y un marco de flexibilidad laboral que le ha permitido montar su equipo en el Pier 01. “En San Francisco hay una enorme competencia por el talento, por lo que las empresas miran cada vez más a otros sitios para captarlo”, explica.

Una de las últimas empresas en llegar es la argentina Satellogic, que se dedica al diseño de nanosatélites para captar datos para la agricultura, la industria petrolera o los gobiernos. “Tenemos sedes en Buenos Aires y Tel Aviv, pero Barcelona nos parecía intere-



La torre Glòries, centro simbólico del distrito 22@, núcleo de las *startups* barcelonesas. / CARLES RIBAS

Es la quinta ciudad de Europa y la decimotercera del mundo más creativa

Los sindicatos alertan del riesgo de un desarrollo de bajo coste

sante por el talento, para desarrollar cuestiones de algoritmos e inteligencia artificial”, explica su fundador, Emiliano Kargieman.

Xavier Monsó, presidente del 22@ Network, destaca que el ecosistema tiene, además, un distrito de referencia: el 22@, fruto de la reconversión de las antiguas zonas industriales del Poblenou y en el que ya trabajan 90.000 personas. “Si en Silicon Valley las *startups* nacieron en garajes, aquí lo hacen en las antiguas fábricas”, resume. El director del salón 4YFN de la Mobile World Capital, Esteban Redolfi, considera que Barcelona ha pasado de la pubertad a la madurez. “Antes teníamos empresas de *e-commerce* o videojuegos. Ahora estamos ocupando todos esos nichos en los que no estábamos”, sostiene.

Si de algo ha adolecido la ciu-

dad es de la falta de capital riesgo. “Europa siempre irá coja en inversión. Pero ahora los fondos no tienen miedo a romper las fronteras. Y hemos hallado otras fórmulas. No todo son las aceleradoras, sino que muchas *startups* se benefician de alianzas o contratos con grandes corporaciones”, añade Redolfi. La llegada de Facebook a la Torre Glòries o el refuerzo de Nestlé de su centro en Esplugues de Llobregat animan esta idea. A pesar de los puestos de trabajo que crearán (unos 500 solo en la subcontrata de Facebook) los sueldos, que parten de 24.000 euros brutos anuales, están por debajo de los que ofrecen empresas tecnológicas en otros países. El riesgo, según han alertado los sindicatos, es que Barcelona se sitúe como una ciudad tecnológica pero también *low cost*.

COTO MINERO CANTÁBRICO, S.A. CONVOCATORIA JUNTA GENERAL UNIVERSAL DE ACCIONISTAS

De conformidad con el Art. 15 de los Estatutos Sociales, por medio de la presente se convoca a los Sres. Accionistas a la **Junta General de COTO MINERO CANTÁBRICO, S.A.**, para su celebración con carácter universal en el domicilio de Villablino (León), Plaza del Descubrimiento s/n, a las 12 horas del día 5 de julio de 2018, en primera y única convocatoria, con arreglo al siguiente

ORDEN DEL DIA

1. Revisión y aprobación, si procede, de las cuentas anuales de los ejercicios sociales 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017, es decir, el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo, y la memoria, junto con el informe de Auditoría, correspondientes a los ejercicios auditados.
2. Aprobación, en su caso, de la propuesta de aplicación del resultado correspondiente a los citados ejercicios sociales.
3. Censura y aprobación, si procede, de la gestión social del órgano de administración correspondiente a los citados ejercicios sociales.
4. Asuntos varios.
5. Ruegos y preguntas.

A partir de la presente convocatoria, y en cumplimiento de lo dispuesto en los Artículos 197 y 520 de la Ley de Sociedades de Capital, se hallan a disposición de los Señores Accionistas en el domicilio social, los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la Junta, pudiendo igualmente solicitar su envío gratuito.

En Madrid, a 30 de mayo de 2018. Fdo.: Francisco Javier Durán Díaz. Representante de la Administración Concursal. COTO MINERO CANTÁBRICO, S.A. En liquidación

OPINIÓN

La crispación, de nuevo

JOAQUÍN ESTEFANÍA

El discurso de Rafael Hernando, portavoz del PP en el Congreso, cuando ya era seguro que Rajoy había perdido la moción de censura, preanunciaba el tipo de oposición que ese partido va a hacer al nuevo Gobierno de Pedro Sánchez desde el primer minuto. Ello se ha corroborado por declaraciones y tuits posteriores de otros representantes de la derecha. Es lo que los politólogos denominan *estrategia de la crispación*. No será la primera vez que el PP la practica; lo ha hecho cada vez que ha pasado a la oposición o ha permanecido en ella a pesar de que los sondeos le eran favorables para recuperar el poder. El periodo entre los años 1993 y 1996 (cuando Felipe González volvió a ganar, contra todo pronóstico) es el ejemplo por antonomasia. La estrategia de la crispación genera incertidumbre política y económica.

“Un desacuerdo permanente y sistemático sobre iniciativas propuestas, gestos o actuaciones del otro, presentadas desde la otra parte (...) como un signo de cambio espurio de las reglas del juego, incompetencia, electoralismo, ausencia de proyecto, corrupción, revanchismo, oportunismo, etcétera, y

en última instancia como una amenaza a la convivencia, al imperio de la ley, a los valores establecidos o al consenso democrático”. Así define la estrategia de la crispación el *Informe sobre la democracia en España* (2007, Fundación Alternativas), que se refiere tanto a la aspereza de las formas utilizadas como a la concentración de la agenda política en torno a temas sobre los que habitualmente existe algún tipo de consenso, tácito o explícito, para dejarlos al margen del debate político y de la competición electoral (por ejemplo, política antiterrorista, exterior, cuestión territorial, etcétera).

Por la experiencia acumulada se sabe que este tipo de política extrema afecta sobre todo a tres ámbitos centrales para la convivencia: las relaciones entre el Gobierno y la oposición, la vida interna de algunas instituciones centrales para la democracia (por ejemplo, las de la justicia) y, sobre todo, para la coexistencia entre los ciudadanos, porque provoca una enorme polarización. Muchas veces, la estrategia de la crispación ha adquirido rasgos que tienden a repetirse de modo sistemático: la deslocalización de las críticas trasladándolas de la arena parlamentaria a los medios

de comunicación, de modo que el discurso en el Congreso de los Diputados o en el Senado busca menos el intercambio de propuestas y opiniones que su eco mediático (multiplicado ahora por el impacto de las redes sociales). Así, con la desmesura en la crítica desaparece esta para dejar paso a la descalificación sistemática y al insulto (mentirosos, sectarios,...) y se atenúan hasta la oscuridad las reglas que exigen la buena cortesía parlamentaria y la competencia entre adversarios.

A ello se le une la magnificación de los errores de los demás, así como de las mínimas discrepancias, y la distorsión de los hechos, negando haber realizado lo que figura en todas las hemerotecas (o en las sentencias judiciales, distorsionándolas) y desautorizando las iniciativas no en función de los resultados sino de las “perversas” intenciones que se les atribuyen.

Ya tenemos suficientes antecedentes de la estrategia de la crispación en las últimas décadas: irrespirable atmósfera política, elevación de la temperatura política, colocación del adversario político en situaciones límites. Y el debilitamiento de la economía.