

La cadena de moda reabre su tienda de bandera en Galleria del Corso, en Milán

MANGO En el marco de la ofensiva del grupo de moda en el mercado italiano, Mango ha reabierto su tienda de bandera en el centro histórico de Milán una vez culminado el proceso de renovación del establecimiento para adaptarlo al modelo *New Med* desarrollado por la marca. La tienda, con una superficie de venta de 2.200 metros cuadrados, se encuentra en Galleria del Corso. Mango prevé abrir durante este año quince nuevas tiendas en Italia, en ciudades como Roma, Génova, Bolonia y Verona, y cerrar el ejercicio con un centenar de puntos de venta en el país.

El grupo químico prevé unas pérdidas de hasta dos millones en el primer semestre

ERCROS La empresa química prevé cerrar el primer semestre del año con un resultado que oscilará entre el equilibrio y unas pérdidas de dos millones de euros por el impacto negativo de la actividad de dos de sus proveedores, frente a los 16,5 millones de beneficios conseguidos en el mismo período del año pasado. El ebitda, por su parte, alcanzará entre 20 millones y 25 millones de euros, la mitad de los 45,2 millones registrados en 2023. Las ventas de los productos terminados se situarán entre 345 millones y 355 millones de euros, frente a los 419,5 millones de un año antes.

Apertura de un nuevo restaurante con capacidad para 130 comensales en Madrid

VICIO La cadena de hamburgueserías ha abierto un nuevo establecimiento en Madrid. Se trata de un local de 425 metros cuadrados de superficie ubicado en el número 108 de la calle Bravo Murillo que tiene capacidad para 130 comensales y da trabajo a 22 profesionales. Su diseño ha corrido a cargo de External Reference, la agencia de interiorismo con la que trabaja habitualmente Vicio. Con esta tienda, la firma ya suma dos restaurantes en la capital española y su objetivo es abrir 15 espacios similares durante este año. Con una plantilla de 600 personas, Vicio facturó 42 millones en 2023.

Agenjo priorizará cultura y deporte en Barcelona Global

PROMOCIÓN/ La asamblea general del 'lobby' ratifica el nombramiento del consejero de Damm como su nuevo presidente, que inicia un mandato continuista.

Rut Font. Barcelona

Ramon Agenjo asume oficialmente la presidencia de Barcelona Global. La asamblea general de socios de la entidad que promueve la ciudad como un polo de atracción de negocios ratificó ayer el nombramiento del empresario catalán, que encabezará la asociación en los próximos dos años, con el foco puesto en la cultura y el deporte.

Consejero de Damm y presidente de Cacaolat, Agenjo explicó que emprenderá un mandato continuista, para construir a partir de la labor desempeñada por su predecesora, Maite Barrera. "Acabaré su hoja de ruta", declaró ayer el ya presidente de Barcelona Global, aunque señaló que quiere reforzar la proyección de la asociación en temas clave, como el deporte, la cultura o la gastronomía.

"Creo en el talento y en su impacto; aparte de la tecnolo-



Maite Barrera pasa a Ramon Agenjo el testigo de Barcelona Global

gía y la empresa, tenemos una oferta cultural excelente que puede ayudar a atraer este talento", destacó el empresario barcelonés. Agenjo es socio fundador del *lobby* empresarial y ya preside Barcelona Obertura, un proyecto de la

asociación dedicado a la música clásica.

El nuevo presidente estará acompañado en la comisión ejecutiva por 20 miembros y cuatro vicepresidencias, que ocuparán Michael Blackman (ISE), Carmina Ganyet (Colo-

Barrera se despide y destaca la nueva organización de la entidad para conectar el talento

nia), Jaume Oliu (Harvest) y Daniel Puig (Fundació Barcelona Capital Nàutica).

Barrera se despidió de Barcelona Global, asegurando que la ciudad "vuelve a brillar" después de la pandemia. La presidenta saliente destacó que, durante su mandato, la entidad renovó su modelo de organización en *chapters*, que ponen en contacto al talento de sectores tractoros de la economía local.

Por ejemplo, la entidad promovió la creación de un *chapter* especializado en ciencias de la vida, que genera el 9% del PIB catalán, para poner en contacto a 120 directivos del ecosistema sanitario.

La Martinuca llega a Les Corts con sus tortillas a domicilio

Eric Galián. Barcelona

La Martinuca, la marca de tortilla de patatas a domicilio lanzada por el emprendedor Víctor Naranjo hace tres años en Madrid, aterriza en Barcelona. La compañía ha abierto un local en el número 27 de la calle Morales, en el distrito de Les Corts, y ha comenzado a servir su producto a través de las plataformas de *delivery* Glovo, Uber Eats y Just Eat en la ciudad. Recientemente, la empresa ha publicado un vídeo en el que explica su llegada a la capital catalana y que se ha hecho viral con más de un millón de visualizaciones.

Esta estrategia está en el ADN de la firma, ya que parte de sus socios son reconocidos *influencers*. Además de Naranjo, en el capital del proyecto figuran María Pombo y su marido, Pablo Castellano, así como Álvaro y Adrián González, hijos del exfutbolista y entrenador Michel González.

La Martinuca ha elegido Barcelona por ser "capital gastronómica europea", dijo

La firma desembarca en la capital catalana y comienza a repartir a través de Glovo, Uber Eats y Just Eat

ayer Naranjo. Su plan es abrir nuevos locales en la ciudad a partir de 2025.

La marca comercializa siete tipos de tortilla (con cebolla, sin cebolla, con pimiento verde, con cebolla confitada, con sobrasada, con butifarra del Perol y paisana) y en 2023 despachó 130.000 tortillas. Además, su carta se completa con distintos complementos, como croquetas, ensaladilla rusa, jamón ibérico, gildas de anchoas, burrata o, de postre, arroz con leche.

La compañía facturó dos millones de euros el año pasado y su objetivo es llegar a los cuatro millones en 2024. El 60% de sus ventas provienen del canal *delivery* y de todos los pedidos online, el 25% se genera en su propia web.

Sociedad y Cultura

Encuentro internacional hasta mañana en CosmoCaixa sobre el microbioma

Sergi Sánchez. Barcelona

La comunidad científica se reúne hoy y mañana en el Museo de la Ciencia CosmoCaixa en The Barcelona Debates on the Human Microbiome, un encuentro organizado por IrsiCaixa con motivo del día mundial del microbioma. El certamen servirá para debatir sobre los elementos que afectan a la composición de la microbiota intestinal humana, desde los

fármacos y la dieta hasta la propia genética de las personas. Durante las sesiones se presentarán diversos estudios que exploran cómo estos elementos afectan al desarrollo de las resistencias a los medicamentos, así como a la aparición de patologías derivadas.

Una de las amenazas más relevantes es la adquisición de genes resistentes del exterior mediante la ingesta de medicamentos. Según Roger

Paredes, investigador principal de IrsiCaixa y jefe del Servicio de Enfermedades Infecciosas del Hospital Germans Trias i Pujol, "el microbioma es un ecosistema donde esta adquisición de genes externos puede ocurrir con mayor facilidad, ya que es un espacio reducido con una alta densidad de microorganismos que pueden transferirse genes entre ellos".

La genética también supo-

ne un factor que impacta de manera determinante en nuestros hábitos alimentarios. "De hecho, hemos podido observar que hay componentes genéticos que tienen un impacto en la presencia de ciertas bacterias asociadas al consumo de azúcares, lácteos o al desarrollo de intolerancias alimentarias", señala Arnau Vich Vila, investigador postdoctoral en la KU Leuven y ponente en el evento



El encuentro científico tiene lugar entre hoy y mañana en Barcelona.

Las jornadas se enmarcan dentro del proyecto Mistral, impulsado por la Unión Europea y liderado por la Fundación La Caixa conjuntamente con el Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya.

Los expertos consideran

que la resistencia a los medicamentos es una "pandemia silenciosa" que debe atajarse cuanto antes.

El objetivo del programa es investigar los diferentes grados de inmunosupresión y cómo mejorar el sistema inmunológico de los pacientes.