

EMPRESAS

Obra en Australia por 52 millones

ACCIONA La división de agua del grupo español, junto a la compañía Monadelphous, ha ganado el diseño, construcción y operación de una planta de tratamiento de aguas residuales en Queensland (Australia) con un presupuesto de unos 52 millones de euros.

Invierte más de 300 millones de euros para alcanzar 512 tiendas de nueva generación

EROSKI La empresa de distribución informó ayer que, siguiendo con su plan estratégico y tras una inversión superior a los 300 millones de euros, ha alcanzado ya 512 los establecimientos de nueva generación en su red comercial –26 hipermercados y 486 supermercados, entre propios y franquiciados–. Este nuevo modelo de tienda busca diferenciarse de la competencia dando un trato más personalizado al consumidor, con una fuerte especialización en frescos y dando protagonismo a los productos locales. Esta estrategia se ha traducido en la creación de 1.155 nuevos puestos de trabajo.

Entre las empresas más sostenibles

CCEP Coca-Cola European Partners ha sido reconocida como una de las 100 empresas más sostenibles del mundo tras entrar en el puesto 48 del índice global que elabora cada año la revista *Corporate Knights*. Los resultados del ránking de 2017 se han anunciado en Davos.

Las ventas suben un 2,5% en Navidad

SECTOR TEXTIL Las ventas del sector textil y de moda se han incrementado un 2,5% en diciembre, impulsada por la “buena” campaña de Navidad, aunque han caído un 2,2% en el acumulado del año, según los datos ofrecidos por el barómetro de moda de Acotex.

Inversión de más de 175 millones

EDP El grupo eléctrico portugués invertirá más de 175 millones de euros en sus redes en el periodo 2017-2020. Esta inversión permitirá continuar con la automatización de la red, mejorar la calidad del suministro y reforzar el desarrollo de las redes inteligentes.



Los repartidores de UberEats utilizarán bicicletas o motos.

Uber lanza en Madrid el servicio de comida a domicilio

Marta Juste. Madrid

¿Qué tiene que ver el transporte de pasajeros con la comida a domicilio? En principio, nada, pero según sentenció Travis Kalanick, CEO de Uber, “si podemos llevar personas podemos llevar cualquier cosa”.

Bajo esta premisa nace UberEats, un servicio que permite a los usuarios seleccionar un restaurante desde el móvil, ordenar la comida y que ya se ha probado en España con anterioridad. Durante nueve meses de 2015, Barcelona se convirtió en una de las ciudades piloto de UberEats, aunque ahora es Madrid la ciudad española elegida para su estreno.

En palabras de Carles Lloret, director general de Uber para el Sur de Europa, “con este lanzamiento Madrid se suma a las más de 50 ciudades en todo el mundo en las que ya está disponible UberEats. El año pasado trajimos a Madrid una nueva forma de moverse, este año traemos una nueva forma de comer”.

En cuanto a su funciona-

Madrid se suma a las más de 50 ciudades donde ya está disponible el servicio de UberEats

miento, a diferencia de otros servicios similares, no se requiere pedido mínimo y los menús vienen acompañados de decenas de fotos de los platos. En un primer momento, UberEats funcionará sólo dentro de la M-30 con más de 200 restaurantes y realizará las entregas con autónomos y trabajadores de una flota que viajarán en bicicleta o moto, dependiendo del trayecto. Además, de forma muy similar a la de la aplicación de transporte, el usuario podrá saber a qué hora llega su comida y ver el recorrido que está realizando el mensajero en un mapa de la ciudad.

Durante las primeras semanas, los usuarios que pidan mediante UberEats podrán disfrutar de los gastos de entrega gratuitos, pero pasado este periodo la compañía cobrará 2,5 euros por trayecto.

Competencia

El área *delivery services* se ha constituido como una de las principales tendencias en España con crecimientos anuales continuados y previsiones para 2017 y los años siguientes de cerca del 20%, según *Ep*. Esta buena tendencia ha sido aprovechada por compañías del sector *foodtech* como Just Eat o Deliveroo, que ahora pasarán a ser competencia directa de Uber.

Telefónica destinará 100 millones al año a producir series de TV

PARA COMPETIR CON NETFLIX Y HBO/ La operadora prevé lanzar una decena de series propias anuales en los próximos años.

I. del Castillo. Env. Esp. Sevilla

Telefónica prevé lanzar en los próximos dos años 14 series de TV de producción propia para apuntalar su estrategia de TV de pago. Luis Miguel Gilpérez, presidente de Telefónica España, anunció ayer que a lo largo de 2017 se presentarán cuatro series de ficción propia, incluida su gran apuesta, *La Peste*, que se estrenará en diciembre. Además, en 2018 se estrenarán otras 10 series de ficción de producción propia y se pretende mantener este ritmo más allá de 2018 con cerca de diez estrenos anuales. En ese proyecto se invertirán unos 100 millones de euros cada año. El presidente de Telefónica considera de que en los próximos años España se puede convertir en el gran *hub* de producción audiovisual de contenidos en español y especialmente en 4K, la nueva tecnología televisiva que multiplica por 4 la definición del HD (alta definición) y que se convertirá en el estándar en los próximos años.

Talento

Gilpérez cree que España, gracias al proyecto de Telefónica, puede competir con los grandes grupos como Netflix o HBO, a pesar de que son firmas globales. “El talento no tiene economías de escala”, señaló Gilpérez, que aseguró que, además, el grupo está negociando la venta de *La Peste* y de las otras series en el mercado internacional. Gilpérez señaló que espera que en el futuro cada vez gaste más recursos en España y menos en contenido internacional.

Telefónica también anunció que en las próximas sema-



Luis Miguel Gilpérez, ayer durante la presentación del proyecto.

La compañía producirá cuatro series este año, incluida su gran apuesta, ‘La Peste’

nas Movistar+ lanzará un recomendador para que los clientes puedan recibir sugerencias sobre contenidos de su interés. Ese tipo de recomendadores son uno de los puntos fuertes de plataformas como Netflix, pero en el caso de Telefónica va a ser alimentado con todos los datos que la operadora dispone de cada cliente como la navegación o el uso del móvil –no sólo los datos de lo que ve en TV– con lo que el perfil de gustos será mucho más ajustado. “Si el cliente ha realizado *roaming* en países exóticos, es más probable que se le sugiera ver documentales de viajes” explicó Gilpérez.

La apuesta más ambiciosa

Telefónica cree que sus series podrán competir con las de gigantes globales como Netflix y HBO

de Telefónica es la serie *La Peste*, un *thriller* ambientado en la Sevilla del siglo XVI, durante una epidemia de peste, cuando la ciudad era uno de los centros económicos y culturales de Europa en el que se producen una serie de misteriosos asesinatos de personajes de renombre que el inquisidor quiere resolver encomendando su investigación a un proscrito. La serie está dirigida por Alberto Rodríguez, responsable de películas como *La Isla Mínima* y tiene una producción muy ambiciosa, con más de 200 colaboradores, 100 actores y 130 localizaciones en diferentes pueblos de Sevilla y un presupuesto de 10 millones de euros.

Bionure lanza una ronda de financiación de un millón de euros

Expansión. Barcelona

La empresa biotecnológica catalana Bionure busca inversores que aporten un millón de euros para iniciar la fase clínica de su medicamento para la esclerosis múltiple. La compañía presentará el próximo viernes una campaña de micromecenazgo para animar a ciudadanos anónimos a invertir en la empresa.

Bionure ha abierto una cuenta de mecenazgo con participación en Capital Cell y ha creado la campaña en redes sociales *#estamosaesto*, en la que participan pacientes, varias caras conocidas de la televisión y el cine y representantes de asociaciones de pacientes.

La compañía es un *spin-off* del Hospital Clínic de Barcelona y del CSIC, con sede en Barcelona y oficinas en Menlo Park (California). Fundada en el año 2009, tiene el foco de actividad en el desarrollo de fármacos neuroprotectores para enfermedades neurodegenerativas.

Fármaco avanzado

Su proyecto más avanzado es el *Bn201*, un neuroprotector y regenerador de la mielina que podría parar el avance de la esclerosis múltiple, una enfermedad que actualmente no tiene cura y que afecta a unos 47.000 pacientes españoles.

Entre los accionistas de la compañía biotecnológica figuran la familia Monràs; el fondo estadounidense Technomark; Ignasi Biosca, consejero delegado de Reig Jofré; Joaquín Uriach, presidente del consejo de administración de Uriach y el laboratorio de genéricos Galenicum.

En 2014, después de una ampliación de capital, la compañía también incorporó al fondo valenciano DosBio50. La compañía ha levantado más de seis millones desde su fundación.