

## CATALUNYA

**Aumento del 16% en las exportaciones catalanas a Europa del Este en nueve años**

**CAIXA CATALUNYA** Las exportaciones catalanas a los diez países de Europa del Este incorporados a la Unión Europea en 2004 aumentaron un 15,9% entre 1999 y 2008, según el Informe sobre Situación y Perspectivas de la Economía Catalana de Caixa Catalunya. Las ventas a la mayoría de los países de la zona crecieron muy por encima de la media de las exportaciones catalanas, que se situó en el 6,9% en el mismo periodo. Las exportaciones al conjunto de países de la Unión Europea avanzaron un 12,3% desde 1999, según el informe. Por países, las ventas a Rumanía avanzaron un 28,8% anual, seguidas de las dirigidas a Ucrania y Rusia.

**Ventas de 850.000 roscones de Reyes**

**PASTELERÍA** El gremio de pastelería de Barcelona prevé que los reposteros registren unas ventas de 850.000 roscones de Reyes en Catalunya. El vicepresidente del gremio, Joaquim Llovera, calcula que cada familia se gastará entre 15 euros y 25 euros en el tradicional postre del 6 de enero.

**Instalación de farolas fotovoltaicas**

**ÁREAS** La empresa de restauración y distribución Áreas ha instalado en el área de servicio de Montcada (Vallès Occidental) las primeras farolas fotovoltaicas adquiridas por la compañía. Se trata de 14 farolas que tienen una vida útil de 50.000 horas y suponen un ahorro de 3.577 Kwh al año.

**Inversión de 4,3 millones para suministrar gas a Mont-roig del Camp y La Masó**

**GAS NATURAL** El grupo energético Gas Natural ha invertido 4,3 millones de euros para construir las instalaciones necesarias para llevar el servicio de gas a los municipios de Mont-roig (Baix Camp) y La Masó (Alt Camp). La compañía ha construido un gasoducto de siete kilómetros y una red de distribución de la misma longitud en Mont-roig para prestar servicio a 2.500 clientes en los próximos cinco años. En La Masó, ha construido una red de suministro de tres kilómetros y prevé alcanzar los 150 clientes. Con esta actuación, Gas Natural pasa a tener presencia en 50 municipios de la provincia de Tarragona e invertirá otros 14,3 millones en la zona en 2009.

## El Tribunal Arbitral de Barcelona se crece con la crisis

**MÁS CONFLICTOS ENTRE SOCIEDADES**

Olga Grau. Barcelona

La crisis económica va camino de incrementar el número de conflictos societarios y de disputas entre accionistas de compañías, según las previsiones del Tribunal Arbitral de Barcelona (TAB). Ejemplos recientes han sido la querrela de los minoritarios de la inmobiliaria Habitat contra Bruno Figueras y José Suñol, o la del ex propietario de la antigua sede de Banesto en Barcelona contra Monteverde. En general, se trata de conflictos que se eternizan en los tribunales y que representan un coste elevado para las compañías, al consumir mucho tiempo de sus altos cargos directivos.

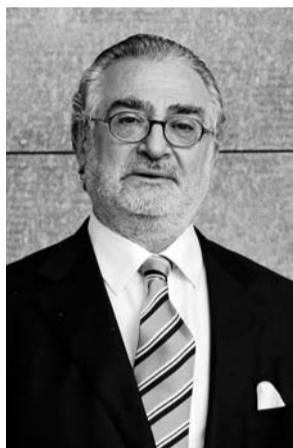
El TAB ha lanzado una campaña para potenciar la fórmula del arbitraje para solventar los conflictos. El arbitraje es una forma de resolver un litigio sin acudir a la jurisdicción ordinaria. Las partes, de mutuo acuerdo, deciden nombrar a un tercero independiente, denominado árbitro, y que será el encargado de resolver el conflicto.

**Desconocimiento**

En los últimos años, el volumen de conflictos resueltos mediante este método ha disminuido, en parte, por desconocimiento y desconfianza. El Tribunal Arbitral de Barcelona administró 62 expedientes en 2007, frente a los 86 del ejercicio precedente. El volumen máximo de arbitrajes se produjo en 2004, con 121 expedientes.

El nuevo presidente del TAB, Jesús M. de Alfonso, ex socio del despacho de abogados Baker & Mackenzie en Barcelona, explica que el arbitraje no es barato, pero es muy rápido. "Los jueces no cobran del cliente, y el árbitro sí, pero

**La cifra máxima de arbitrajes se alcanzó en 2004 con la tramitación de 121 expedientes**



Jesús M. de Alfonso. / E. Ramón

en temas de conflictos societarios, patentes y marcas y propiedad intelectual es muy útil", sostiene.

La tarifa de un arbitraje varía en función del volumen económico del conflicto que se dirime. Si el caso no supera los 20.000 euros, el arbitraje puede costar del orden de 1.800 euros. Si es superior a 1,5 millones de euros, el coste del proceso se sitúa alrededor de los 30.000 euros.

El TAB nació en 1989 por iniciativa de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona, el Col·legi d'Advocats, el Consell de Col·legis d'Advocats de Catalunya y el Col·legi de Notaris de Catalunya.

En 2007, el sector de la construcción (con el 18% del total) fue el que centró el mayor número de arbitrajes realizados por el TAB, seguido de conflictos entre sociedades mercantiles (15%), el alquiler de servicios (14%), la compraventa de inmuebles (7%) y la compraventa mercantil (8%).

**Confidencialidad**

De Alfonso cita como ventajas del arbitraje la confidencialidad, frente a la publicidad de las sentencias, y la posibilidad que tienen las partes de escoger al árbitro.

El Tribunal Arbitral de Barcelona exige como mínimo una experiencia profesional de quince años para ejercer de árbitro.

## Dos hijas de un fundador de RBA crean una editorial

**MERCADO DEL LIBRO /** Las hermanas Mónica y Montserrat Altarriba han fundado Viceversa, que sacará sus primeros títulos a mediados de este año.

Teresa Ferreirós. Barcelona

Montserrat y Mónica Altarriba, hijas del editor Roberto Altarriba –fundador de RBA, junto al actual presidente de la empresa, Ricardo Rodrigo, y la agente literaria Carmen Balcells– han entrado de lleno en el mundo del libro. Las dos hermanas han fundado la editorial Viceversa, nacida hace dos meses con el objetivo de tener presencia en el panorama del libro en España “en un plazo razonable de tiempo”, según explican.

Hasta mediados de este año no habrá ningún título de la nueva empresa en el mercado. “Te la juegas en el momento de salir y no tenemos ninguna prisa; cuando lo hagamos, saldremos con todo el empuje que podamos”, afirman. La intención de las Altarriba es lanzar 50 títulos al año con un catálogo abierto. “No estamos cerradas a ninguna línea editorial”, dice Mónica.

Las empresarias, que se reparten al 50% el capital de Viceversa, investigarán las tendencias del mercado y los gustos del lector para decidir qué títulos comercializar. “Ahora mismo, claramente, la tendencia es la novela histórica, policíaca y romántica”, apunta Montserrat. En cuanto a la no-ficción, “triumfa la autoayuda”, asegura.

“Creemos que el nombre de la editorial no tiene por qué condicionar su éxito; lo importante son los autores”, señala Mónica.

**El proyecto**

Según explican las hermanas Altarriba, su intención es que, con Viceversa, el lector pueda ser el protagonista. “De esta forma, podremos potenciar la

**La editorial pretende ubicarse en una franja de facturación entre 2 millones y 18 millones de euros**



Mónica Altarriba.

lectura como una alternativa de ocio; hay que eliminar el aspecto más elitista del libro”, indica Montserrat. Ambas aseguran que las nuevas tecnologías tendrán un gran protagonismo en Viceversa y que no perderán de vista los nuevos soportes, como el *iBook* o el mismo teléfono móvil. “En otros países están totalmente integrados algunos soportes que aquí ni se contemplan”, comenta Mónica.

La intención de las hijas de Roberto Altarriba –que también fundó la editorial Altaya– es situarse en una franja de facturación entre 2 millones y 18 millones de euros. La inversión, que no han querido desvelar, procede integra-



Montserrat Altarriba.

mente de fondos propios. Según el Registro Mercantil, la empresa cuenta con un capital social de 6.000 euros.

Las hermanas apostarán por los *best-sellers* y tendrán que competir con las grandes editoriales catalanas, como la que un día fundó su padre, RBA, Planeta, Anagrama o Random House Mondadori. “Sabemos que es un mercado muy fragmentado y que las grandes inversiones en marketing ayudan mucho a triunfar, pero somos conocedoras del sector”, explica Mónica.

Montserrat, la mayor de las dos, lleva 20 años trabajando en el mundo editorial. Fue directora financiera de RBA y, posteriormente, directora ge-

neral de Ediciones Altaya. En esta última editorial, que ahora está controlada por Planeta de Agostini, Mónica ostentó el cargo de directora de marketing. La pequeña editorial catalana nació en 1993 de la mano de Roberto Altarriba y Fernando Castillo, ex consejero delegado y ex director general de RBA Ediciones respectivamente. Inicialmente, Altaya contó con una participación del 30% por parte de Anaya, que se introdujo, de esta forma, en el mercado de los coleccionables en quioscos. En 1999, Anaya vendió su participación a Planeta de Agostini, tras lo cual el grupo Planeta y su socio italiano De Agostini reforzaron su división de coleccionables.

**Buen momento**

Las empresarias consideran que, a pesar de la crisis económica –que ha afectado mucho al consumo–, no es un mal momento para hacerse hueco en el mundo editorial. “Este sector no se rige por las crisis macroeconómicas”, sostiene Montserrat. Ambas opinan que la lectura es cultura, por lo tanto es ocio y “es un ocio barato”, en comparación con otras actividades como el cine o el teatro. Mónica asegura que “en un panorama no muy lejano se dejará de hablar del negocio del libro y se empezará a hablar del negocio de la lectura”. Es en este aspecto donde se basará su estrategia, con el lector en el punto de mira y con la adaptación a las nuevas tecnologías. “Queremos tener una editorial abierta y accesible a todos”, afirman. Mónica añade que no considera que haya crisis en la lectura. “La población lectora que hay es muy lectora”, dice.

**Viceversa sacará al mercado unos cincuenta títulos al año de diversas líneas editoriales**

### Un sector en plena transformación

Los grandes editores catalanes coinciden al señalar que el sector del libro tendrá que afrontar los nuevos tiempos y, sobre todo, la era digital y en que la cuestión está en adaptarse o desaparecer. Formatos como el *iBook* (libro electrónico), que ya ha triunfado en otros países como Estados Unidos, es el principal reto que le espera al mercado español. Catalunya concentra el 38% de las empresas editoriales agremiadas, con 278 entidades –una cifra muy similar a la Comunidad de Madrid, que cuenta con 269 empresas–. Las editoriales catalanas facturaron 1.603,22 millones de euros en 2006 (últimos datos disponibles), un 2,2% más. La producción catalana es potente, pero se está viendo amenazada, sobre todo, por Internet. Grandes grupos, como Planeta y RBA –que facturan conjuntamente el 90% del total de Catalunya– se han ido adaptando a los tiempos que llegan y han diversificado sus negocios hacia el sector audiovisual.