

Creación de un consorcio financiado por la CE para asesorar proyectos de bioeconomía

BIOBOOST Las consultoras Inveniam, Símbiosy y Aeris Tecnologías Ambientales, así como el despacho Roca Junyent, han creado un consorcio financiado por la Comisión Europea para prestar apoyo técnico-económico para desarrollar proyectos de mejora de utilización de recursos naturales, de simbiosis industrial y de economía circular. En este sentido Bioboost se ha marcado conseguir 30 millones de euros en inversiones en los próximos cuatro años. No es el primer consorcio de este tipo en Europa. Ya existe uno en Finlandia (FlexSNG), Bélgica (BECOOP) o los españoles BeonNAT y WaysTUP.

Victoria sobre ACS y Acciona en una obra de 892 millones de euros en Australia

FERROVIAL La constructora, al 50% con la firma malaya Gamuda, ha sido seleccionada por el Gobierno de Nueva Gales del Sur para el diseño y construcción del proyecto de circunvalación de Coffs Harbour, uno de los tramos más importantes de la denominada autopista del Pacífico. El presupuesto de inversión asciende a 892 millones de euros, lo que lo convierte en uno de los mayores contratos de Ferrovial en Australia. La compañía se ha impuesto a las otras dos ofertas finalistas de la española ACS (Cimic) y de Acciona, los otros dos grandes contratistas españoles en esa región.

Apertura de un nuevo centro de diálisis en L'Hospitalet de Llobregat

DIAPERUM La multinacional Diaperum, uno de los principales proveedores independientes de terapia renal en Europa, inauguró el viernes un nuevo centro de diálisis en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona). Con una superficie de 4.300 metros cuadrados, dotado de tecnología de última generación, el centro cuenta con un equipo de más de 50 profesionales y tiene capacidad para atender hasta 240 pacientes repartidos en seis turnos, con cuatro salas de diálisis general, más una sala de aislamiento. El nuevo centro está concertado con el CatSalut, el proveedor público de Salud de Catalunya.

Sosmatic abrirá una oficina en Miami tras crecer un 8,5%

INTERNACIONALIZACIÓN/ La firma de asistencia tecnológica apuesta por el mercado americano tras su éxito en Colombia y después de facturar 13,5 millones en 2021.

Eric Galián. Barcelona

La empresa de asistencia tecnológica digital Sosmatic, con sede en el distrito 22@ de Barcelona, abrirá este año una delegación en Miami con la que dará sus primeros pasos en el mercado estadounidense. Esta apuesta se produce tras su exitosa experiencia internacional en Colombia, donde la compañía se estrenó hace cuatro años con una empresa conjunta y actualmente gestiona un equipo de 48 personas (ver EXPANSIÓN Catalunya del 28 de septiembre de 2018).

La oficina en Miami contará inicialmente con cinco personas y vendrá de la mano de un socio local. Según David Casas, fundador y máximo ejecutivo de Sosmatic, la entrada en Estados Unidos es una "oportunidad" auspiciada por los propios clientes de la compañía que operan en el país, que le demandaban servicios para ese mercado.



David Casas, primer ejecutivo de Sosmatic.

La firma nació hace 24 años después de que Casas finalizara su etapa como responsable de soporte técnico de Intercom, el histórico holding de negocios digitales de Antonio González Barros.

Sosmatic se inspiró en el Racc para ofrecer un servicio de asistencia informática las

24 horas. "Con el tiempo nos hemos diversificado", explica Casas. Actualmente, la empresa cuenta con cinco divisiones. La de B2B2C da soporte informático a los clientes de grupos como El Corte Inglés o Fnac, mientras que la de pymes se encarga de asesorar a estas empresas en temas de ciberse-

guridad o gestión de correo. Sosmatic trabaja también para cadenas de tamaño medio y grandes compañías, a las que gestiona el llamado puesto de trabajo digital, y ofrece servicios específicos para operadores de telecomunicaciones.

Desde el inicio de la pandemia, la firma ha pasado de 140 a 470 empleados por el auge del teletrabajo y la mayor demanda de servicios ofimáticos. Medio centenar de ellos están en Colombia. Además de Miami, su estrategia de crecimiento este año también contempla abrir un *contact center* en Andorra, inicialmente con diez empleados, que dará servicio a clientes de España, Francia y el propio Principado.

Sosmatic prevé cerrar el ejercicio de 2022 con un crecimiento del 10% y cerca de 15 millones de euros de facturación. El año pasado, la empresa creció un 8,5%, hasta 13,5 millones de euros.

Buddyfit cierra una ronda de 10 millones y crecerá en España

Expansión. Barcelona

La app de *home-fitness* Buddyfit ha cerrado una ronda de inversión con una ampliación de capital de más de 10 millones de euros después de crecer con fuerza en 2021. La ronda fue liderada por el fondo de inversión Azimut Digi-tech Fund como inversor principal y Gellify como asesor. Le siguieron Cairo Communications Spa y RCS Spa, a los que se sumaron destacados empresarios y *family office* italianos.

El nuevo capital apoyará a la empresa en su proceso de internacionalización, que ya empezó en septiembre de 2021 con la entrada en el mercado español. Con Pilar Rubio como embajadora, Buddyfit podrá lograr ser la primera marca del mercado de bienestar digital.

Los fondos también ayudarán al desarrollo de nuevos servicios: la empresa tiene previsto contratar a más de 50 nuevos empleados para finales de 2023, lo que supondrá duplicar la plantilla actual, acercándose a las 100 perso-

Los nuevos inversores ayudarán a internacionalizar la empresa y a ampliar sus servicios

nas. El objetivo es ampliar también el equipo español, que tiene su sede en Barcelona. Buddyfit se fundó en 2020 como respuesta a la progresiva necesidad de entrenar con flexibilidad y sin limitaciones de lugar o tiempo.

"Nuestro objetivo es ayudar a millones de personas a mantenerse saludables y que, a la vez, se diviertan; es una misión de la que estamos orgullosos teniendo en cuenta que la tasa de obesidad ha aumentado con el tiempo en los países occidentales", afirma Giovanni Ciferri, cofundador y CEO de Buddyfit.

"En RCS siempre hemos sido uno de los principales actores en el ámbito deportivo", afirma, por su parte, el presidente de RCS MediaGroup, Urbano Cairo. "Y queremos serlo aún más", añade.

El ex director general del Espanyol lanza la marca de cosmética natural Natana

Gabriel Trindade. Barcelona

Nuevo proyecto para el exdirector general del RCD Espanyol y del Liceu, Roger Guasch. Junto a su pareja, Laura Berzal, el exejecutivo se ha lanzado al sector emergente de la cosmética natural con su marca propia: Natana. Entre ambos y otros socios minoritarios, han invertido ya 270.000 euros en el proyecto.

El sector de la cosmética natural ha experimentado un gran auge en los últimos cinco años. En poco tiempo, se han consolidado firmas de referencia como Cocunat o Freshly

Cosmetics, pero, mes a mes, se puede ver cómo aparecen nuevas marcas con características específicas para posicionarse en el mercado.

Natana busca un nicho de mercado: las mujeres de 30 años a 45 años con productos naturales y eficaces para la piel a un precio accesible. "Además, damos un paso más en cosmética sostenible y nos posicionamos como una empresa de economía circular; es decir, buscamos subproductos de procesos naturales para intentar sacar su valor añadido", explica el propio Guasch.

Un ejemplo de ellos es el ingrediente Lees Concentrated que ha desarrollado la propia compañía. Este producto es un posbiótico antioxidante que procede de los posos de las barricas de vino. El ingrediente dermatológico se ha desarrollado en colaboración con la bodega Vins de Taller de l'Empordà. Otro producto destacado del portfolio es el jabón limpiador facial en polvo fabricado con un bajo consumo de agua.

La compañía quiere acelerar su crecimiento y actualmente está buscando inverso-

res. "Tras la inversión inicial de amigos y familiares, queremos levantar una ronda de mayor tamaño, de entre 300.000 euros y 500.000 euros, para dar un nuevo impulso", señala. La empresa también está pendiente de la resolución de algunos préstamos y ayudas públicas.

Natana empezó la fase de comercialización en noviembre. "Estamos muy satisfechos: el 70% de nuestros clientes repiten con nuestros productos", afirma Guasch, quien considera que el segmento al que se dirige cuenta con pocas



Roger Guasch y Laura Berzal, de Natana.

alternativas de mercado. Para este año, la compañía confía en elevar la facturación hasta los 300.000 euros.

Guasch es ingeniero químico y cuenta con experiencia en el sector de la cosmética y la

farmacia. Además, fue durante cuatro años director general del Liceu y primer ejecutivo del RCD Espanyol entre 2018 y 2019. Berzal es especialista en marketing digital, con una trayectoria de más de 20 años.