

Uber Eats se alía con Luda para repartir parafarmacia a domicilio

Víctor M. Osorio. Madrid

Luda Partners, la red de 2.400 farmacias que facilita la localización de medicamentos con problemas de suministro entre ellas, se ha aliado con Uber Eats para vender productos de parafarmacia (botiquín, alimentación infantil, salud sexual, higiene y cosmética, entre otras categorías) a través de su plataforma digital y llevarlos directamente a casa de los clientes.

Cuando un cliente acceda al área de parafarmacia de Uber Eats, tendrá acceso al catálogo completo de la farmacia asociada a Luda Partners más cercana a su ubicación. Una vez formalice la compra, la farmacia recibirá un aviso con el pedido, que pasará a recoger un repartidor y repartirá a domicilio.

Las farmacias no competirán entre ellas ni en artículos ni en precio con este sistema, ya que la venta la hará siempre la más cercana. De hecho, los impulsores de la idea aseguran que los establecimientos no tendrán que pagar ni un euro por estar en la plataforma y, por tanto, si no venden no tendrán costes.

“Es un paso más en nuestra apuesta por la diversificación de productos en nuestra plataforma”, afirma Courtney Tims, directora general de Uber Eats en España.

Luda Partners es el proyecto creado por Luis Martín y Daniel de Carvajal en 2017. La empresa tiene además como socio a Marcos Alves, fundador de ElTenedor.

Las ventas de coches acabarán el año con una caída del 3%

MATRICULACIONES/ Las previsiones para 2023 apuntan a un mercado por encima de las 900.000 unidades de turismos.

Daniel G. Lifona. Madrid

Las ventas de turismos y todoterrenos acabarán el año con una caída del 3% a pesar de las subidas de los últimos meses, según anunció ayer la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac) en un encuentro con periodistas. El mercado nacional de matriculaciones se situará, en el mejor de los casos, en torno a 830.000 unidades, 30.000 menos que el año pasado, cuando apenas hubo un incremento del 1% respecto a 2020. Además, la producción de vehículos se situará en 2,2 millones de unidades hechas en las fábricas españolas, lo que supone un leve incremento respecto a 2021.

Para Anfac, son unas cifras “preocupantes” que llevan al mercado de turismos y todoterrenos a su tercer cierre de año negativo respecto a los datos de 2019, el último año de referencia antes de la pandemia. El descenso acumulado desde entonces es del 34% debido, principalmente, a la incertidumbre económica y la crisis de los microchips. “Estos resultados nos siguen situando por debajo de los registros prepandémicos y lejos de las cifras que España tendría que estar alcanzando, con cerca de 1,5 millones de



Varios turismos a la venta en un concesionario de coches.

La producción se situará en 2,2 millones de unidades hechas en las fábricas españolas

ventas de vehículos anuales, de los cuales 1,2 millones corresponderían a turismos”, analizó el director general de Anfac, José López-Tafall.

“Mantener este ritmo de mercado y de producción supone un importante riesgo para nuestra industria, ya que podría ocasionar la destrucción de empleo y la pérdida de competitividad”, alertó López-Tafall, que reclamó al Go-

bierno que ponga en marcha un paquete de medidas urgentes en materia de mejora de los planes de ayuda, aceleración del desarrollo de infraestructuras de recarga y reforma fiscal que sirvan para impulsar la entrada del vehículo electrificado y para estimular el mercado.

“2023 ha de ser un año clave para el impulso de la movilidad sostenible en España y el contexto de elecciones no ha de suponer impedimento”, recordó el director de Anfac, que prevé para 2023 un mercado por encima de las 900.000 unidades de turismos en una coyuntura socioeconómica desfavorable.

La inversión de las farmacéuticas en I+D en España bate récord

Ana Medina. Madrid

Las empresas farmacéuticas asentadas en España destinaron 1.267 millones de euros el año pasado a la partida de investigación y desarrollo (I+D) de nuevos tratamientos, con un aumento del 9,2% respecto al año anterior, según la última encuesta realizada por Farmaindustria entre sus asociados. Esta cifra histórica de inversión, señala la patronal del sector, confirma la tendencia alcista iniciada en 2014, con el inicio de la recuperación económica, y que logró mantenerse incluso en 2020, pese a las dificultades excepcionales provocadas por la pandemia de Covid.

La inversión en I+D del sector farmacéutico representa casi el 20% de toda la inversión en este campo acometida por el conjunto de la industria española. Esto supone más del 9% de la I+D del sector empresarial y el 6,1% de toda la investigación de la economía española.

Ensayos

Por áreas, los ensayos clínicos, donde España es uno de los principales actores mundiales, representaron más del 60% de la inversión en I+D de las farmacéuticas (789 millones). El 36,5% se destinó a ensayos en las fases tempranas (I y II). Además, 156 millones fueron a la investigación básica, un 23% más. Los fondos en investigación clínica han aumentado a un ritmo medio anual acumulado del 5,3% en los últimos diez años, desde los 470 millones de 2011.

La industria destinó 1.267 millones a investigación en 2021, un 9,2% más que el año anterior

Los ensayos clínicos, donde España es uno de los líderes mundiales, supone más del 60%

Otros 97,5 millones se dirigieron a farmacoeconomía, epidemiología y estudios postautorización; 72,6 millones a desarrollo tecnológico; 60,5 millones a investigación galénica; 48 millones a investigación preclínica; y 42,6 millones a otros ámbitos.

La inversión conocida como extramuros, correspondiente a proyectos de investigación realizados por las farmacéuticas en colaboración con hospitales, universidades y centros públicos y privados, representó 46,8% de la inversión total (592,7 millones).

La inversión intramuros, que se realiza en los centros de investigación de las propias farmacéuticas, ascendió a 674,3 millones de euros, el 53,2% del total.

Por comunidades, Madrid (34%) y Cataluña (31%) acaparan más de la mitad de la inversión total en España, aunque todos los territorios captaron fondos. Además, el 31,8% de toda la inversión fue al campo de la biotecnología, con 403 millones.

El sector del cava prevé elevar las ventas un 3% este año, hasta 245 millones de botellas

J. Orihuel. Barcelona

El sector del cava afronta la campaña navideña con la confianza de mantener un ritmo de crecimiento similar al experimentado en los nueve primeros meses del año, en el que las ventas aumentaron un 3,36% en número de botellas, según los datos facilitados ayer por Javier Pagés, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen (DO) Cava.

En un encuentro informativo en Barcelona, Pagés restó importancia al impacto de la inflación sobre las ventas de

vino espumoso y se mostró esperanzado en cerrar el año con unos 245 millones de botellas vendidas, casi un 3% más que en 2021 –cuando la cifra fue de 238 millones–, a pesar del complejo entorno económico y geopolítico. Esta tasa de crecimiento es inferior a la registrada el pasado año, cuando, tras el golpe del Covid, las ventas subieron un 14% e igualaron los volúmenes anteriores a la pandemia.

Según Pagés, el incremento previsto para 2022 es fruto del tirón del mercado nacional, donde las ventas han su-

bido hasta septiembre un 14,54% gracias, sobre todo, al turismo y a la reapertura total de la restauración. En cambio, las exportaciones, que representan el 72% del negocio, están al mismo nivel que el pasado año, aunque “unos mercados suben y otros bajan”, dijo el también exdirectivo de Codorníu.

Los grandes mercados que crecen son Alemania –el principal tras España–, Suecia, Países Bajos, Suiza y Rusia, donde las ventas habían disminuido en 2021. Y los que caen este año son Estados

Unidos –segundo mercado exterior, que creció con fuerza en 2021–, Reino Unido, Bélgica, Japón y Francia.

Pagés destacó el alza del 20,5% hasta septiembre de las ventas de cavas de guarda superior, los de gama alta, que incluyen las categorías de reserva, gran reserva y paraje y que suponen el 13% del total, dos puntos más que en 2021.

La DO Cava engloba a 249 bodegas. Las mayores por cifra de negocio son Freixenet, Codorníu, Jaume Serra –del grupo García Carrión–, Juvé & Camps y Vallformosa.

Delikia batirá sus ventas pre-Covid

Víctor M. Osorio. Madrid

El sector del vending, uno de los más afectados por la pandemia y la proliferación del teletrabajo, también vuelve poco a poco a la normalidad. Delikia, uno de los mayores operadores de este sector, prevé cerrar el año con una facturación de 45 millones de euros, un 30% más, lo que le llevará a batir por primera vez sus cifras pre-Covid.

“Después de dos años complejos debido a la irrupción de la pandemia, lo que ha supuesto la ralentización de las previsiones de la empresa,

podemos asegurar que a finales de este año superaremos el ritmo de facturación previo al Covid”, explicó ayer Jose Gainzarain, director general de Delikia.

La empresa suma más de 12.000 máquinas de vending y 1.400 clientes entre los que se cuentan fábricas, oficinas, hospitales o centros comerciales. Dispone, además, de dos obradores propios en Vigo y Madrid. El incremento de la actividad ha llevado a Delikia a elevar su plantilla en 50 personas, hasta un total de 330 trabajadores.