



tarragona **empresarial**

**#21** | Juliol  
2024

## Juan Carlos Pardo

**Transpaís**

“

Som un sector  
estratègic al qual  
se li té molt poca  
consideració

**Càmpings  
temporada  
optimista**





NO PUEDES  
HACER DE MI CIUDAD  
UN LUGAR MEJOR  
PARA VIVIR.  
¿POR QUÉ NO?



# 21 | Juliol  
2024

Juan Carlos Pardo, CEO de Transpaís, protagonitza la portada d'aquest número. Aquesta empresa de transports amb seu a la Selva del Camp s'ha convertit en un referent en el seu sector. Amb diverses filials a l'estranger, Transpaís continua creixent amb la idea de consolidar la seva expansió.

El sector local dels càmpings, una referència turística a la Costa Daurada, és objecte d'un ampli reportatge amb destacats protagonistes. Continua la nostra secció 'El meu major error', aquesta vegada amb el perfil de l'empresari Antoni Correig, així com la de nissagues empresarials familiars, amb l'empresa La Trencadora, del Rourell.

Completem aquest número amb les seccions habituals d'empreses i emprenedors, entre altres continguts. 

|                       |              |                               |              |
|-----------------------|--------------|-------------------------------|--------------|
| <b>PROTAGONISTA</b>   | <b>04-09</b> | <b>NISSAGUES EMPRESARIALS</b> | <b>28-31</b> |
| <b>CÀMPINGS</b>       | <b>10-17</b> | <b>OPINIÓ</b>                 | <b>32-35</b> |
| <b>MI MAYOR ERROR</b> | <b>18-21</b> | <b>LLIBRE RECOMANAT</b>       | <b>36-37</b> |
| <b>EMPRESES</b>       | <b>22-23</b> | <b>BONA VIDA</b>              | <b>38-39</b> |
| <b>REUS ENERGIA</b>   | <b>24-25</b> |                               |              |
| <b>EMPREDORS</b>      | <b>26-27</b> |                               |              |



info@comunicacioexterna.com - 667 44 00 92

**Director:** Joan A. Domènech

**Col·laboren:** Jordi Salvat, Josep Gallofré, Mireia Sans, David Giménez, Juan Ballester, Paco Lari

**Fotografia:** Alba Mariné, cedides i arxiu • **Disseny i producció:** Cop d'Ull

**Següents números:** novembre 2024, març 2025

Aquest número ha estat possible gràcies a la col·laboració de les següents empreses i institucions:

PORT DE TARRAGONA • COVESTRO • REPSOL • CREDIT BROKER PROTEGO • AEQT •  
URV • SALUT I TREBALL • PARC SAMÀ • CAMBRA COMERÇ REUS

#MyFutureCity #PushingBoundaries



“

**En el nostre  
sector, la  
grandària sí  
que importa**

**Juan Carlos Pardo**  
CEO Transpaís

*És una de les empreses de major volum en el seu sector a les nostres comarques. La seva trajectòria i les xifres avalen un recorregut professional de prop ja de cinquanta anys, i en els últims exercicis amb creixements a doble dígit. La que fora una*

**te J. A. DOMÈNECH • FOTOGRAFIA ALBA MARINÈ**

*petita empresa de transports nascuda a Reus és avui una transnacional amb presència en diversos països i amb una aposta clara per la multimodalitat. La empresa focalitza el seu creixement en guanyar tamany, mitjançant aliances o bé obrint geogràficament el seu mercat. Juan Carlos Pardo comanda l'empresa com CEO al costat del seu germà Francisco.*



#### **Quins van ser els inicis de Transpaís?**

El nostre pare, Pascual Pardo, era un petit transportista que es dedicava a subministrar pinso a les granges. Va començar a fer-ho en 1975 localment des de Reus, per a després estendre's a tota Catalunya, Aragó i la Comunitat Valenciana. Era una activitat molt dura, perquè no havien dies de descans. Calia portar diàriament el pinso perquè, com ens deia el nostre pare, "els animals mengen tots els dies".

Aquesta manera de treballar, diàriament i fent una mica de tot, va crear una cultura empresarial familiar, en la qual aviat ens vam veure involucrats els seus fills. Els inicis en el transport de pinso van ser molt importants ja que posteriorment vam tenir entrada en el Port de Tarragona treballant per als importadors de cereal.

#### **Després vi la transformació en una S.A.**

Sí, en 1989 reconvertim l'empresa en una Societat Anònima. En aquells dies ja teníem un important volum i estàvem creixent en molts sectors als quals donàvem servei.

#### **La idea sempre ha estat treballar per a tots els sectors?**

Sí, des de la càrrega general a portacontenidors. Pràcticament al llarg de la nostra història hem realitzat transport de tota mena, actualment l'única cosa que no toquem és el transport de líquids.

#### **I va arribar l'hora de traslladar-se a La Selva del Camp.**

Va ser en l'any 2000. Nosaltres som de Reus, i la veritat és que ens hagués agradat com a empresa quedar-nos allí, però no va ser possible. No podíem ampliar superfície, al no obtenir facilitats: va haver-hi una cer-

“

**La nostra operativa exterior ja suposa el 25% de la nostra facturació**

ta falta de voluntat política. És una història que ja sabem que va afectar moltes altres empreses que es van traslladar a altres municipis o no van poder concretar els seus plans previstos d'instal·lar-se a Reus. Si mirem cap enrere, a Reus s'han perdut moltes oportunitats de negoci: no s'ha cuidat el teixit industrial.

Fixi's que un dels desavantatges de les empreses de transport i logística és que hem de tenir grans plataformes d'estacionament, i per tant fa falta molt espai al qual no li treus rendibilitat. Sense aquest espai, és impossible créixer.



#### **Transpaís presenta avui unes xifres notables.**

La nostra facturació en 2023 va ser 55 milions d'euros. Donem ocupació a 370 persones, i tenim 1.650 clients. Comptem amb una flota pròpia de 200 camions propis als quals hem de sumar 50 dels nostres col·laboradors directes.

#### **En un sector tan madur i competitiu, quins poden ser les vies de creixement?**

Hi ha al nostre judici dues opcions: o bé t'especialitzes en un nínxol molt concret, que t'ofereixi un marge superior, o has de créixer per grandària. Aquesta última és la nostra opció. Per a això creem sinergies amb altres companyies, intentem veure les oportunitats d'adquirir

altres companyies i obrim geogràficament el nostre mercat.

En el nostre sector, la grandària sí que importa. El sector ha trigat molt a adonar-se que aquesta era una via de creixement: cal fer-se més gran per a ser competitiu. La rendibilitat et ve donada pel volum. D'altra banda, hem d'anar de bracet dels nostres clients. Hem d'acompanyar-los en els seus projectes. Això ens obliga a operar de manera global.

#### **Tanmateix, el preu dels serveis és determinant.**

Clarament; el factor principal, al final, és el preu. El client està molt orientat al cost del servei. D'aquí la importància del volum. No obstant això, també és veritat que últi-

“

**Cada vegada és menys atractiu ser conductor de camions**

mament veiem com alguns clients busquen proveïdors que ofereixin la possibilitat de rebaixar la petjada de carboni, i encara que els costi més, accepten noves propostes més enllà del camió, com pot ser el transport per ferrocarril i vaixell. Serveis que nosaltres els oferim també. Encara que en el transport terrestre es poden fer coses importants en sostenibilitat, com l'ús de tràilers duo i mega.

#### **Amb la finalitat de créixer, la seva aposta per situar-se en determinats països s'ha anat consolidant.**

Comencem creant filials a França, on tenim dues plataformes, Polònia i Bulgària. I a Espanya, ho hem fet a Guadalajara (Cabanillas del Camp) i en Mos (Vigo). Fora del nostre país veiem un gran camí per recórrer. Ara estem estudiant la implantació en altres ubicacions. La nostra operativa exterior ja suposa el 25% de la nostra facturació.

#### **La logística és essencial en la marxa d'un país. No obstant això, és un sector no del tot valorat...**

Vam tenir una època bona en aquest sentit. Quan el Covid tothom va poder veure l'important que és poder comptar amb un sector potent i àgil. Ens veien llavors com a essencials. No obstant això, passats els efectes més crus de la pandèmia, vam continuar sent un sector estratègic al qual se li té molt poca consideració.

**Potser ha de veure que la professió de conductor de camió no sigui valorada com fa uns anys.**

És que és molt difícil avui dia ser camioner. És una professió molt dura, encara que menys que abans, i que estava ben remunerada en comparació amb altres sectors. Avui aquesta diferència no existeix. A més, no hi ha relleu generacional: no és una professió atractiva.

Tenim greus problemes d'espera en punts de càrrega i descàrrega, amb el que no poques vegades el camioner ha d'esperar hores a ser atès, perjudicant la seva vida privada i familiar. Ens exigeixen uns índexs de puntualitat que no són assolibles, de no complir-los, ens penalitzen amb temps superiors d'espera. En fi, no hi ha un clima atractiu per a atreure a noves generacions.

**Abans es guanyaven molt millor la vida?**

Sí. I podem dir que va haver-hi un punt d'inflexió amb l'arribada del règim de mòduls, que va fer molt de mal al sector. Les tarifes es van contreure; el mercat no va créixer. Molts autònoms deixaven de treballar per a no incrementar la seva base... I després de tot el que se'ls exigeix per a conduir un camió, no és estrany el que està succeint.

**Però existeix una FP especialitzada que pot ajudar a noves vocacions.**

Existeix sí, però és clarament insuficient. Pensi que els conductors ara poden accedir als 18 anys, però abans era als 21

anys complerts: la tardança en la seva implantació no ha ajudat en aquesta renovació generacional. Sumi-li que han de fer un curs de capacitació amb un cost que va dels 6.000 als 8.000 euros. I finalment, es troben amb unes condicions econòmiques que no són tan atractives com abans.

**Imagino que tindran diverses queixes de l'Administració, però hi ha una molt estesa: el servei de la ITV.**

És que el problema és que no té competència, has d'anar allí sí o sí, i en les condicions que tenen establertes. Es va muntar d'aquesta manera, i a més no s'obren més centres d'inspecció. No és gens pràctic ni fluid. A l'estiu a les tardes no treballen, ni els dissabtes al matí, quan és un servei essencial per als transportistes.

La solució és que habilitin a tallers de primer nivell perquè puguin realitzar aquestes inspeccions. Ho venim reclamant, sense èxit. **te**



## Perfil

**Edat**  
49 anys

**Professió**  
Empresari del transport

**Aficions**  
Llegir i córrer per la muntanya

**Trets distintius del seu caràcter**  
Sociable, empàtic, tenaç, treballador. Crec ser coherent amb els meus principis.



## Ampliació a La Selva del Camp

El trasllat de les operacions a La Selva del Camp l'any 2000 va comportar una millora substancial d'espai i operativa. Amb dues plantes de serveis i un total de 90.000 metres quadrats, des d'aquesta població, Transpaís ofereix a més serveis complementaris com el dipòsit i neteja de palets, entre altres.

Recentment, en 2023, l'empresa va decidir executar una reestructuració de les seves societats en nom d'una major eficiència operativa. El nou conglomerat preveu, d'aquesta manera, continuar creixent a doble dígit en els pròxims anys i convertir-se en soci estratègic dels seus clients a través de solucions adaptades a cadascuna de les necessitats.

Transpaís estudia també la possibilitat de construir una estació de servei de combustibles renovables per als camions de la seva flota, en el marc del seu pla de sostenibilitat. Un pas més seria la plena operativa amb vehicles elèctrics, però encara no es donen les condicions suficients, tenint en compte, a més, que el cost d'un camió elèctric és pràcticament del doble d'un convencional. En paral·lel a les seves activitats empresarials, la companyia desenvolupa una gran activitat de RSC, amb diversos patrocinis i ajudes a entitats i projectes solidaris. Transpaís és membre de l'associació de petites i mitjanes empreses de transport europeu, ASTRE, la qual cosa li ha permès accedir a una visió del sector àmplia i afavoridora de les seves iniciatives empresarials a Europa.

*continua avançant*  
AMB ELS MÀSTERS I POSTGRAUS DE LA

**URV**

Tria la teva especialització entre les més de **90 titulacions de màster i postgrau** presencial i virtuals

T'oferim una formació de **qualitat, propera** i amb una **gran projecció professional**

Troba la teva especialització a [www.urv.cat/masters](http://www.urv.cat/masters)

URV  
UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI



“

*Els càmpings han sofert una conversió de model vacacional, orientada a donar serveis de qualitat. Ja no és només un espai d'acampada on la gent s'instal·la*

**Berta Cabré**  
Presidenta de la FEHT



## Els càmpings encaren amb optimisme la temporada

El sector dels càmpings a Tarragona i les Terres de l'Ebre afronta la temporada del 2024 amb **te** **PER JOSEP GALLOFRÉ** optimisme, gràcies a unes expectatives positives i un fort compromís amb la qualitat i la sostenibilitat. Les previsions indiquen una bona demanda turística, impulsada per la recuperació del turisme nacional i internacional després dels desafiaments dels anys anteriors.

L'any 2023, els càmpings de la demarcació de Tarragona van tancar amb més de 7,8 milions de pernoctacions, aproximadament un 2,3% més que el 2022 i unes dades molt similars a les d'abans de la pandèmia.

Els càmpings de la demarcació de Tarragona i les Terres de l'Ebre es preparen per oferir als visitants experiències úniques i diverses, amb una àmplia diversificació de l'oferta. En aquest sentit, els gestors dels càmpings continuen

invertint en la millora de les infraestructures i en la innovació de serveis per mantenir-se competitius. L'èmfasi en la sostenibilitat és un element central, amb iniciatives que promouen pràctiques responsables i respectuoses amb el medi ambient.

### Bones previsions per l'estiu

La presidenta de la Federació Empresarial d'Hostaleria i Turisme de la província de Tarragona (FEHT), Berta Cabré, augura una bona previsió turística per aquest estiu a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. Les reserves segueixen "els estàndards habi-

tuals". "Avui dia no hi ha res que ens faci pensar que l'estiu anirà malament", explica. Tot i això, no preveuen valors de creixement com en altres èpoques de l'any durant la temporada baixa. Per la seva banda, Jordi Nolla, director del càmping La Llosa, de

Cambrils, també considera que les previsions són bones.

Cabré detalla que es preveu un 50% de client català i espanyol i un 50% internacional. D'entre aquests últims, i centrant-se en el sector dels càmpings, exis-

teixen dos mercats potencials: el francès i el centreeuropeu (holandès i belga). Malgrat això, mantenen una ferma aposta pel mercat britànic, on s'ha incidit amb força enguany. A més, Berta Cabré afirma que l'increment d'activitat a l'Aeroport de Reus

**CREDIT  
BROKER**  
P R O T E G O

**EN TEMPS  
D'INCERTESA,  
TRIA TRANQUIL·LITAT**  
L'especialista en situacions  
complexes de risc comercial  
Experts en assegurances de crèdit  
[www.protegoseguros.com/creditbroker](http://www.protegoseguros.com/creditbroker)

"repercuteix de forma directa en pernoctacions".

El càmping La Llosa està ubicat a la zona del poble de Cambrils, i Jordi Nolla afirma que aquesta zona "sempre ha estat de turisme nacional per tradició".



“  
***El primer dia que va entrar un bungalow en un càmping, va començar a canviar tota la forma de treballar i el client potencial al qual et dirigeixes***

**Jordi Nolla**  
Director del càmping La Llosa

D'aquesta forma, preveuen un públic familiar provinent de Catalunya, Saragossa i País Basc, sobretot, i també francès.

Víctor Gómez, director de Tamarit Beach Resort, detalla que "tot i que hem apujat els preus de forma considerable en temporada alta, estem mantenint les dades d'ocupació i, per tant, les previsions són molt bones". Gómez explica que ja han superat les dades pre pandèmia i que doblaran la facturació de 2019.

Des de Tamarit Beach Resort remarquen que "estem notant un canvi pel que fa a les destinacions dels nostres clients i això és interessant d'analitzar". Si es compara amb els tres darrers anys, perceben que "cada cop tenim més clients internacionals", sobretot

l'ocupació a partir del 20 d'agost, on s'espera arribar gairebé al 100% de la capacitat. Aquest patró reflecteix una tendència de reserves anticipades, característica dels últims anys en el sector.

El càmping Stel de Roda de Berà, a diferència del Tamarit Beach Resort, es caracteritza per tenir una clientela predominantment catalana i espanyola. Habets destaca que "per aquest estiu, es preveu

arribats d'Alemanya i Països Baixos. D'aquesta forma, si el 2022 les dades eren equitatives entre visitants nacionals i internacionals, enguany els arribats d'arreu d'Europa superaran amb escreix el públic català i espanyol.

Rut Habets, del càmping Stel de Roda de Berà, recentment reconegut als prestigiosos ACSI Awards 2024, comparteix una visió optimista per a la temporada d'estiu. Tot i que apunta que "el mes de juliol és més flux", es mostra confiant en un augment significatiu de

que el 60% dels clients siguin nacionals i el 40% restants, internacionals". Aquesta distribució demogràfica és un reflex de la fidelització aconseguida al mercat local, sense deixar de captar l'interès del públic internacional.

### Inestabilitat i reserves de darrera hora

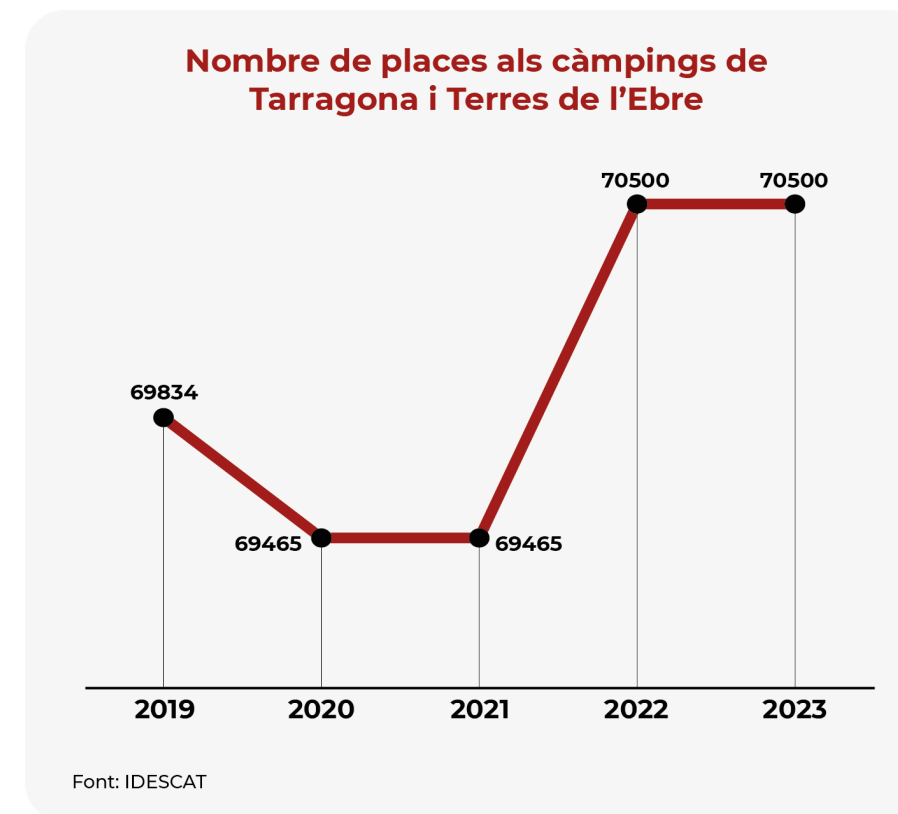
La presidenta de la FEHT considera que la inestabilitat sociopolítica a escala mundial "té una afectació directa en el turisme". Tot i aquesta situació, Cabré apunta que "pensem que no hi haurà

sorpresa i anirem sobre l'evolució". En aquest sentit, destaca que el tercer mercat de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre era el rus, i que actualment no és visible. Així, afirma que "hem recuperat l'estabilitat de pernoctacions sense el mercat rus".

Nolla no creu que la inestabilitat sociopolítica els afecti. En canvi, sí que pensa que d'altres temes socials com la sequera "preocupa als clients". "Notem que hi ha moltes qüestions sobre aquesta temàtica i també si les piscines estan plenes. El turista té més dubtes", expressa el director del campus La Llosa.

D'altra banda, tal com va ocórrer amb Setmana Santa, preveuen

reserves de darrera hora, sobretot durant el mes de juliol. Tot plegat fa que es mantinguin "amatents i amb la capacitat d'adaptar-se a aquesta tipologia de reserves".



Tal com assegura Cabré, Jordi Nolla també preveu reserves de darrera hora, sobretot la primera quinzena de juliol. Aquestes dates abans s'ocupaven amb pú-

blic estranger, però aquest "ha anat en decadència vers el turisme familiar". Tot i això, explica que "el món del càmping i de les reserves està en una evolució continuada i imparable gràcies

a les plataformes digitals" i cap la possibilitat que al voltant d'un 30% del públic vingui sense reserva, sempre tenint en compte l'ocupació amb caravanes i tendes de campanyes.

Com Cabré i Nolla, Víctor Gómez contempla també les reserves de darrera hora: "altres anys arribàvem a finals de juny amb poc estoc i si bé és cert que enguany en

tenim més, confiem a vendre'l". El director de Tamarit Beach Resort confia, doncs, en assolir les dades d'ocupació de 2023 amb l'única diferència "que omplirem

HIGIENE INDUSTRIAL • ERGONOMIA I PSICOSOCIOLOGIA • MEDICINA DEL TREBALL

# Salut i Treball

Servei de Prevenció de Riscos Laborals

FOMENTEM HÀBITS SALUDABLES • PROTEGIM ALS TREBALLADORS • MILLOREM LA PRODUCTIVITAT • FORMEM ALS EQUIPS

www.sitprevencio.cat

f x in ig yt



“

***El nostre càmping no portava fins fa uns anys la paraula ressort, però ho vam incloure veient el tipus de demanda i serveis que sol·licitaven els clients***

**Víctor Gómez**

**Director de Tamarit Beach Resort**

més tard". "Estem fent més promocions per atraure el client que s'ho està pensant, que és el que reserva a darrera hora", diu.

Un altre aspecte clau que Rut Habets subratlla és la tendència de reserves amb molta antelació. "Almenys al nostre càmping, les reserves de juliol i agost se solen tramitar amb molt de temps d'antelació", afirma Habets. Aquesta planificació avançada

permet una millor gestió i previsió dels recursos necessaris per oferir una experiència òptima als visitants.

A més, Víctor Gómez detalla que han notat com la temporada alta "ja comença el mes de maig, quan abans era d'escalfament i es considerava l'inici per Sant Joan". Enguany van tenir una ocupació de vora el 80% el passat maig, sis punts superior a 2023.

## Transformació del model vacacional

Segons Berta Cabré, els càmpings han sofert "una conversió de model vacacional, orientada a donar serveis de qualitat". "Ja no és un espai d'acampada on la gent s'instal·la, al contrari", explica, afegint que actualment es tracta d'un complex amb una gran diversitat d'oferta i lleure "per gaudir d'un espai natural, amb allotjaments singulars que ofereixen el màxim confort, que és el que el client demana quan viatja".

El representant de Tamarit Beach Resort també ha notat el canvi de paradigma dels càmpings: "El nostre nom no portava fins fa uns anys la paraula ressort, però ho vam incloure veient el tipus de demanda i serveis que sol·licitaven els clients. Amb això el que fem és augmentar el nombre de serveis i activitats que oferim, amb l'objectiu que els clients es quedin més dies", argumenta Gómez.

El càmping Stel de Roda de Berà tampoc es queda enrere en termes de sostenibilitat i innovació. "Progressivament anem adaptant les instal·lacions per ser més sostenibles i aplicant les noves tecnologies", expliquen des de l'establiment. Aquesta aposta per la sostenibilitat inclou l'ús de fonts d'energia renovables, mesures per a l'estalvi d'aigua i l'eficiència energètica, així com la implementació de tecnologies que milloren l'experiència dels clients.

Nolla també considera que "al final els càmpings són ressorts". Recorda que "el primer dia que va entrar un bungalow en un càmping,

## El futur dels càmpings a Tarragona i les Terres de l'Ebre

Els càmpings han estat sempre pioners en sostenibilitat. Hem treballat constantment amb mesures mediambientals, no només per beneficiar els nostres establiments, sinó també per oferir un millor servei als nostres clients. Continuem avançant en aquesta direcció amb l'ús de plaques solars, energies renovables i l'estalvi d'aigua. Seguim buscant mesures per garantir l'ús eficient, promovent el reciclatge i millorant el nostre territori per ser cada vegada més ecosostenibles.



A més de la sostenibilitat, estem enfocats en obtenir certificacions mediambien-

**MIREIA SANS**

*Presidenta de l'Associació de Càmpings de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre*

tals. Així mateix, la qualitat i la innovació són altres pilars fonamentals per al nostre sector. Actualment comptem amb premis europeus i reconeixements de les entitats més importants del continent. Volem continuar sent

un referent en qualitat, sostenibilitat i innovació. El nostre objectiu és sorprendre els clients any rere any amb instal·lacions punteres que ofereixin confort, espai i aire lliure.

La desestacionalització també és una aposta decidida dels càmpings. És per això que des de l'Associació treballem amb una plataforma de reserves conjunta que ens diferencia. Aquest motor de reserves al nostre web permet a qualsevol persona o família buscar disponibilitat a la demarcació de manera fàcil i en temps real. Aquesta eina ens ajuda a mantenir una ocupació constant durant tot l'any, no només a l'estiu. A més, seguirem treballant per establir un any turístic complet, amb bones ocupacions durant els 365 dies.

També vull posar èmfasi en un dels principals motius pel qual ens hem associat: Treballar pels interessos dels nostres membres, ajudant-los a afrontar tràmits i problemes que els puguin sorgir gràcies a la força del nostre teixit associatiu.

Les previsions per aquest estiu de 2024 apunten a ser bones. Esperem tenir una temporada similar a la prepanedèmia, amb la possibilitat d'arribar als 8 milions de pernoctacions. Fins ara, les sensacions i les reserves indiquen una temporada prometedora.

En aquest sentit, si no hi ha cap altre imprevist, podem afirmar que la recuperació del sector dels càmpings serà una realitat aquest any després de la pandèmia de la covid-19. Estem treballant amb la comissió de promoció per assegurar no només l'èxit de la temporada d'estiu, sinó també, tal com he comentat, per transformar-la en un any turístic complet.

Amb aquestes accions i estratègies, estem segurs que el sector dels càmpings a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre continuarà creixent i oferint experiències inoblidables als nostres visitants, garantint al mateix temps la sostenibilitat i la qualitat que ens caracteritzen.

**Treballem per millorar la competitivitat i contribuïm al desenvolupament sostenible del territori**

**aeqt**  
Associació Empresarial Química de Tarragona

[www.aeqtonline.com](https://www.aeqtonline.com)

ChemMed Tarragona | Chemistry creating future

va començar a canviar tota la forma de treballar i el client potencial al qual et dirigeixes". Resumeix que "al final oferim 10 hectàrees de peu pla en un entorn espectacular, amb espais verds i oberts destinats al públic familiar". "A escala d'allotjament, el càmping ha evolucionat molt i no s'han aturat les inversions. De fet, Catalunya és la zona on hi ha càmpings més preparats d'arreu d'Europa. Som un referent", afirma el director de l'allotjament.

### Desestacionalització del turisme

La desestacionalització és l'aposta del sector turístic de la demarcació de Tarragona i les Terres de l'Ebre. "Ho estem cercant des de fa molts anys", afirma Berta Cabré. L'objectiu dels càmpings és mantenir aproximadament un 80% d'ocupació els 365 dies de l'any "per generar una estabilitat". Així, treballen per atraure nous clients vinculats a altres tipologies de turisme, com l'esportiu, el gastronòmic o el cultural.



**“***Ja fa diversos anys que apostem per la captació de diversos públics per treballar durant tot l'any*

**Rut Habets**

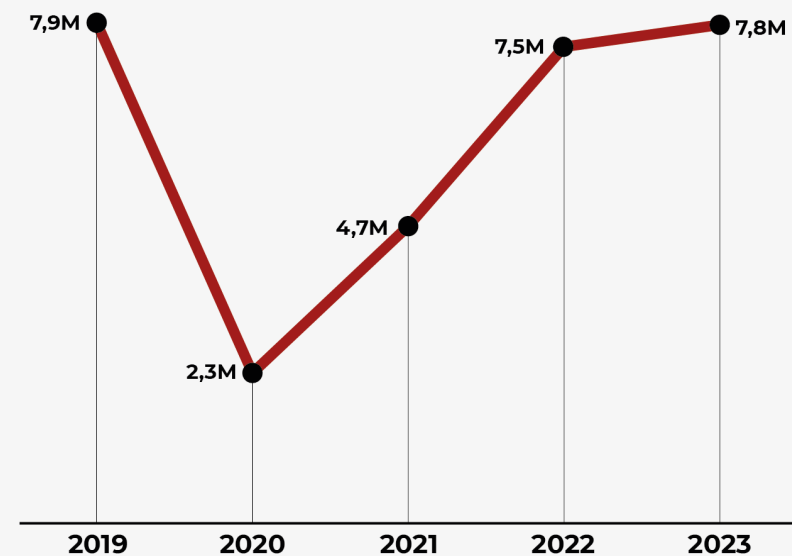
Càmping Stel de Roda de Berà

A més, Jordi Nolla creu que és important la desestacionalització pel canvi climàtic. "Si a l'estiu fa cada cop més calor tindrem un problema perquè l'estranger buscarà la bonança més a prop de casa seva", rebla. Així, alerta que "cal estar amants i mirar com i cap a quins sectors treballar".

Des del càmping La Llosa, noten un major nombre de clients fora de temporada, sobretot de persones jubilades de països europeus. "Les bones temperatures de l'hivern ens ajuda a la presència d'un altre tipus de públic", comenta Nolla. "Existeix cada cop més una tendència a viatjar a la Costa Daurada", diu, amb una notable crescuda del client alemany "que fins al dia d'avui no ens venia". "Fa més de cinquanta anys que estem oberts i observem com cada cop més el client jubilat ens fa treballar fora de temporada i ens ajuda a mantenir-se. És un client tranquil que ens agrada molt i hem de mantenir-lo i potenciar". Així mateix, des del càmping la Llosa també treballen amb el turisme esportiu i d'estudiants. Tot plegat, amb l'objectiu de mantenir una ocupació estable al llarg de l'any.

Pel que fa a la desestacionalització, Habets afirma: "Ja fa diversos anys que apostem per la captació de diversos públics per treballar durant tot l'any i desestacionalitzar-nos de la campanya purament d'estiu". Aquesta estratègia permet mantenir una ocupació més estable durant tot l'any, oferint activitats i serveis que atrauen diferents segments de clients en diverses èpoques.

### Pernoctacions als càmpings de Tarragona i Terres de l'Ebre



Font: Tourism Data System (EURECAT)

"Sense dubte la clau és la desestacionalització", afirma de forma rotunda Víctor Gómez. De fet, l'any 2023 van decidir obrir fins al dia 10 de desembre, i abans tancàvem l'1

de novembre. Enguany se seguirà la mateixa dinàmica i el 2025 és previst que el càmping obri abans de Setmana Santa i ja no tanqui, de tal forma que estarà obert els 365

dies de l'any. "Nosaltres, i crec que la majoria dels càmpings, abans de la pandèmia els mesos de juliol i agost es concentrava gairebé el 60% de la facturació, enguany volem i aconseguirem que la facturació de l'estiu sigui inferior al 50% i tot això és producte de la desestacionalització", expressa.

Víctor Gómez també veu com el client, cada cop més, està disposat a viatjar fora de temporada alta, i "ho estem aprofitant i prenent les nostres mesures". "Fa anys ni es considerava que eren èpoques en què els clients vindrien a visitar-nos, ens la jugàvem en dos mesos i ara la pressió és tan alta. Veiem que tenim un any sense per repartir els nostres clients i la facturació", conclou Gómez. **te**



# Mi mayor error

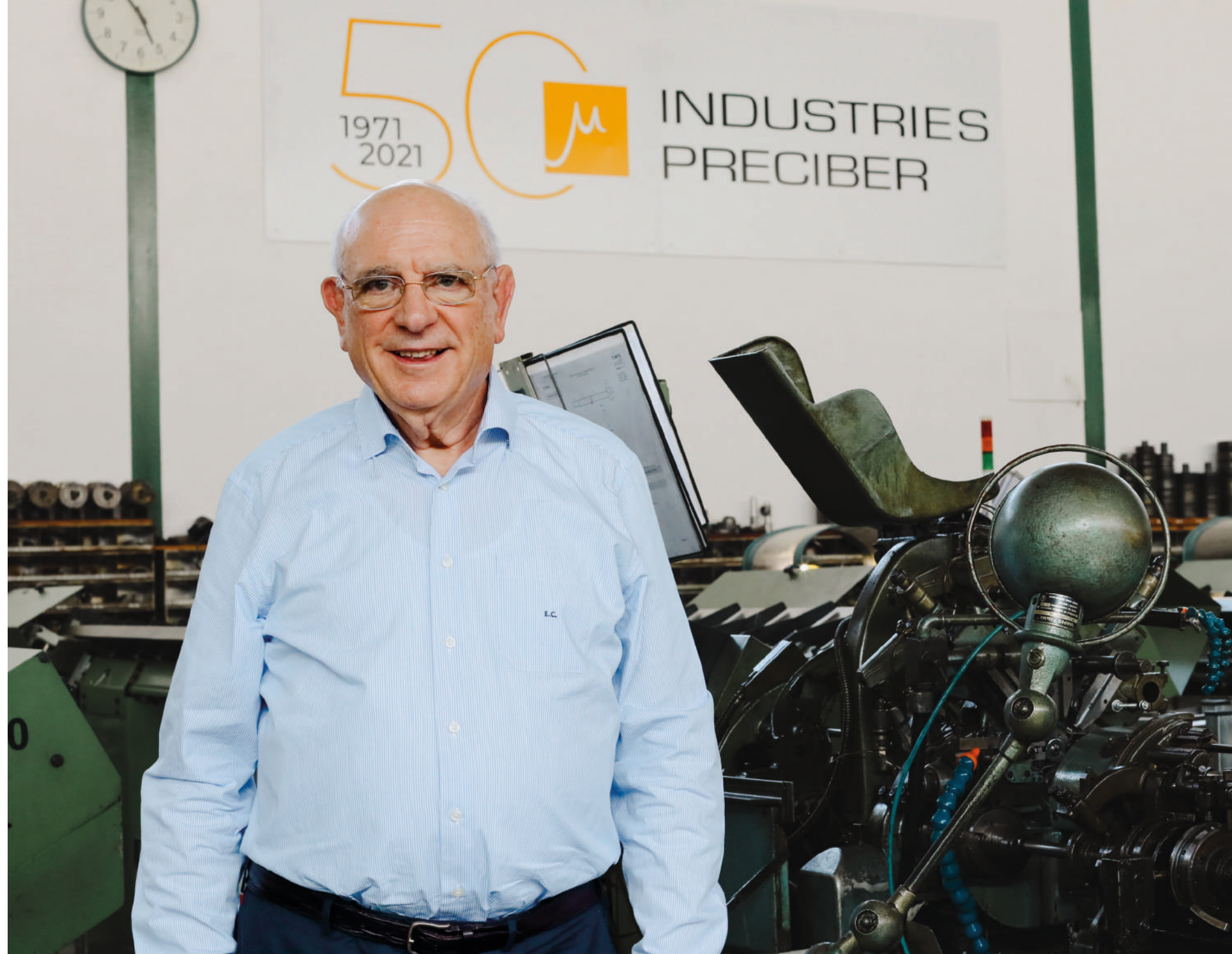
“  
Uno de nuestros errores fue no haber exportado antes

## Emili Correig

te J.A. DOMÈNECH • FOTOGRAFÍA ALBA MARINÈ

*Entre las décadas de los años 60 al 80, muchas de las granjas avícolas del término municipal de Reus —entonces un sector que había hecho de la capital del Baix Camp el primer núcleo avícola estatal—*

*acabaron abandonándose; decenas de pequeñas explotaciones, que habían nacido al amparo del gran auge de la avicultura, decaían ante la necesidad de efectuar grandes inversiones para crecer o renovar su competitividad. En este ambiente, multitud de granjas fueron abandonadas. Aunque, como había sucedido en otros sectores productivos de la ciudad, del antiguo negocio algunos empresarios aprovecharían las estructuras. Así, muchas de las nuevas empresas que verían la luz en Reus empezarán en gallineros. Y alguna de ellas, incluso, es hoy una multinacional.*



En este marco nació **Industries Preciber S.A.** (que viene del acrónimo Precisión Ibérica), creada en 1970 por **Javier Casas Ber** y **Emili Correig Manresa** (77), nuestro protagonista. Las primeras producciones de esta sociedad especializada en decoletaje de precisión, como pequeñas piezas para diferentes sectores como la electrónica, el médico, la valvulería neumática o la cerrajería de precisión, salieron de un antiguo gallinero cedido por el abuelo de Emili, **Ramon Manresa**, en la finca familiar del Camí del Roquís, donde hoy se encuentra la planta fabril de 4.000 m<sup>2</sup>. «Mi abuelo nos ofreció los antiguos gallineros, sin pagar alquiler. Esto era inicialmente un alivio, pero lo cierto es que los comien-

zos fueron muy duros, ya que nuestras posibilidades económicas eran bien escasas y para acceder al crédito se requería una solvencia que no teníamos», detalla Correig.

Conviene hacer un breve prólogo para explicar el proyecto empresarial común de Casas y Correig. «Trabajábamos en **Industrias Teixidó**, donde conocimos la especialidad metalúrgica. Casas era el responsable del taller de producción y yo llegué a serlo del departamento comercial. Por esta razón tuve una estrecha relación con el señor **Artemi Teixidó**, fundador de la empresa. De él aprendí muchísimo», señala Correig, que recuerda vivamente de Teixidó su

capacidad de trabajo e intuición comercial y la curiosidad en conocer la opinión del interlocutor.

La idea de independizarse y montar su propia empresa venía a cumplir una gran ilusión en Correig. «Desde que era prácticamente un niño, siempre quise ser empresario, hacer cosas, venderlas: me gustaba la idea y mi ilusión era enorme en poder tener un día mi propia empresa». Naturalmente era entonces un juego, pero su deseo iba a materializarse a sus 24 años. Sin embargo, matiza, siempre hay un cierto aire adolescente en el emprendimiento: «Para ser empresario tiene que haber un punto de inconsciencia, de cierta aventura, por-

*En esta sección hemos publicado semblanzas de los siguientes empresarios: Vicente Battini, Miquel Colás, Artemi Teixidó, Bartolomé Royo, Xavier Colom, Francesc Cabré, José Luis García, Francisco Roig, Joan Pedrell, Antonio Pont, Elies Gil, Albert Punset, Josep Maria Busquets, Pere Vilalta, Felip Ramos, Salvador Batlle, José Julio Moya y Jordi Farriol.*

que nunca podrás tenerlo todo ligado». Además, «para tener éxito debes pensar siempre que la carrera va a ser de largo recorrido, es una maratón».

Correig estudió Maestría Industrial en los Salesianos de Sarrià. Formación a la que añadió posteriormente la de Graduado Social. «Pensé que, para llevar una empresa, entender mejor las relaciones laborales, quizá me iría bien estudiar Graduado Social. Y así lo hice durante tres años, por las noches».

Enfoque exportador

El bagaje que los dos socios habían reunido tras su paso por Industrias Teixidó era muy importante, esencial. «Llegamos a un pacto de caballeros con el señor Teixidó, que no iríamos a por sus clientes ni sus trabajadores. Pero empezábamos con un enorme hándicap: no teníamos la tecnología necesaria, y esta especialidad, la del decoletaje, es muy específica, requiere de maquinaria de mucha precisión y, por tanto, mucha inversión tecnológica. El esfuerzo que tuvimos que hacer fue enorme: los bancos no atendían nuestras peticiones. Y toda la maquinaria teníamos que traerla de Suiza, país de alta cualificación en producción de relojería, electrónica y la pequeña mecánica».

«Empezamos comprando la sección de tornos de la compañía **Indo**. Esta empresa quería dejar de fabricar las piezas

y buscaba especializarse en el producto final, y no tanto en los elementos que componen el producto, en este caso monturas de gafas y equipos ópticos. Así Indo se convirtió en nuestro primer cliente», explica Correig. Industrias Preciber iniciaría su andadura con dos únicos trabajadores, sus socios fundadores: Javier Casas, que se ocuparía de la parte tecnológica, y Emili Correig, que lo haría de la comercial. Desde el principio, los dos socios tomaron la determinación de que, si las cosas iban bien, no repartirían nunca dividiendo, y reinvertirían las ganancias en la propia empresa. Y así ha sido desde entonces.

Y llegó uno de los momentos más difíciles para la compañía. En los años 90, la economía en España experimentó una fuerte crisis: los pedidos descendieron significativamente, no solamente los de la industria productora de gafas, sino que, en general, en los distintos sectores.

«En aquel tiempo, nosotros solo trabajábamos en el mercado nacional. Y ese fue uno de nuestros grandes errores: debíamos haber exportado antes», argumenta Correig. Además, «teníamos el déficit de los idiomas; sabíamos francés, pero esto no era suficiente». Afortunadamente, la segunda generación de la empresa solucionó este problema. «Precisamente, este fue uno de nuestros grandes aciertos, el haber enfocado la empresa hacia la exportación. Y, por otro lado, estar a la última en tecnología», apunta Correig. Tecnología en la que también ha avanzado la empresa con un departamento propio que desarrolla procesos, herramientas y utillajes de precisión, que «nos dan autonomía de producción». Hoy la exportación de piezas de alta precisión centra la cartera comercial de Preciber, con un 70 % de las ventas, en la que destacan países como Alemania, Suiza y Austria. Y, en menor medida, Francia, Holanda, Israel y Canadá.

Presidencia de Gresol

Correig preside la Fundació Empresarial Gresol desde 2019, encontrándose en la actualidad en su segundo mandato, después de renovar su cargo. «Cuando pude ir dejando la primera línea de la empresa, inicié mi participación en entidades sociales de Reus». Así ha sido en El Círcol, el Centre de Lectura, la Fundació Teatre Fortuny, entre otras entidades. «En Gresol me siento muy a gusto, porque encaja con mi filosofía: soy más de escuchar que de hablar, y me gusta aprender», apunta. «Hacemos muchas actividades con encuentros mensuales con un invitado destacado, las Jornadas Gresol, fóruns de debate, entrega de premios y galardones, la vinculación con el mundo universitario... Lo mejor en Gresol, además de todas las actividades que organizamos, es ver que los socios (150) están contentos con su pertenencia». Una de las actividades de ocio de Correig, que ha practicado siempre que ha podido, ha sido el excursionismo. «Esta afición, básicamente senderista, que he practicado y lo sigo haciendo según mis posibilidades en familia y con amigos, me ha permitido conocer nuestro territorio, y las montañas de Cataluña, que son de una diversidad extraordinaria».

Por otra parte, en el momento de ir creciendo, «nos dimos cuenta que, en cierta manera, fue un error haber iniciado el negocio en estos terrenos donde se encuentra la empresa, nos limitaba muchísimo, porque al no ser un terreno industrial, hemos tenido muchas dificultades en ir ampliando instalaciones. Para solucionarlo, optamos por ir comprando las fincas colindantes con el fin de urbanizar el terreno convenientemente, y obtener así las licencias». Hoy la planta de Preciber ocupa una superficie de 4.000 m<sup>2</sup> en la que trabajan 200 personas en tres turnos. «Y ya trabajamos en una ampliación de otros 4.000 metros, y reservamos terrenos para futuros crecimientos».

La apuesta por la excelencia ha llevado a la compañía a crecer muy lentamente en clientes. «Nos cuesta mucho conseguir uno de nuevo, ya que nuestra pretensión es vender a firmas de primer nivel, y estas están bien proveídas. A

veces tardamos años en conseguir que nos pidan un presupuesto y con ello poder llegar a obtener un pedido, pero no buscamos conseguir un cliente por precio y nuestro enfoque internacional hace que extrememos la calidad que, por otra parte, es la primera exigencia de los clientes». Esta lentitud en la captación tiene un contravalor muy positivo, como es que el cliente es muy fiel y «ya prácticamente no lo perdemos. La idea es no trabajar con el objetivo del volumen, sino hacer menos piezas, que requieran de alta complejidad. Es una gran satisfacción vender piezas de precisión a clientes suizos...».

Continuidad familiar

Casas (fallecido en 2014) y Correig consiguieron crear un ambiente empresarial en sus familias, y trasladar la buena armonía y química entre ellos a la segunda generación de la empresa. Hoy, los hijos mayores de cada socio conforman la segunda generación en

Preciber. **Xavier Casas** ejerce la dirección técnica, y **Jordi Correig**, la dirección comercial. «Xavier le ha dado un gran impulso en el aspecto tecnológico a la empresa, y mi hijo Jordi ha promovido las exportaciones, que han hecho crecer la empresa y situarla en el mapa europeo. Con nuestros hijos tuvimos una obsesión: los idiomas. Saber inglés ya es indispensable, pero en nuestro sector lo que puede marcar un gran avance es dominar el alemán, como así ha sido».

«Quiero pensar —concluye Correig— que nuestra empresa tendrá continuidad en la tercera generación, y evitar así el dicho que la primera la crea, la segunda la amplía y la tercera la vende o la cierra». Cada día, Correig acude a primera hora a la empresa, y dedica toda la jornada. Durante nuestra conversación, Correig logra transmitir tenacidad e ilusión. Me parece que esto mismo hizo grande la empresa. **te**



# Fermator busca afermar-se com a multinacional i estudia créixer a Reus i Falset



Nascuda el 1977, Fermator lidera el mercat de producció de portes per ascensor.

**Grup Fermator**, la multinacional reusenca referent en la producció de portes d'ascensor, amb mig milió d'unitats anuals, ha posat en marxa la seva segona fàbrica a l'Índia amb l'objectiu de consolidar la seva presència i lideratge en la instal·lació de portes automàtiques per a ascensors al mercat asiàtic.

**te REDACCIÓ**

Amb més de 1.600 empleats a nivell mundial, i 11 plantes pròpies: Reus, Falset, i al Brasil, Xina (2), l'Índia (2), Itàlia, França, Polònia i Turquia, Fermator vol incidir en el mercat asiàtic. **Eduard Amigó**, group sales manager de Fermator, detalla que la nova fàbrica a l'Índia "neix per satisfer la creixent demanda d'ascensors al país a la regió circumdant. Aquesta decisió estratègica respon a la ràpida urbanització, l'auge en la construcció d'edificis d'alta qualitat i les iniciatives governamentals ambicioses en infraestructures i habitatge, reafirmant la nostra presència i lideratge al mercat asiàtic».

Però l'empresa fundada el 1977 vol incidir també en el seu creixement local. La planta de Reus, seu del Grup, ambiciona poder créixer en superfície, cosa que permetria abordar nous encàrrecs i augmentar així el volum de col·laboradors. Després d'una recent reforma de les instal·lacions exteriors, Fermator a Reus (Tecnolama) planeja una possible ampliació al voltant de la fàbrica actual.

Per altra banda, la seva fàbrica a Falset, **Doors Movement Technology**, estudia també la possibilitat d'ampliar instal·lacions, reforçant així la seva presència al Priorat, comarca en la qual ja és l'empresa més important. Preci-

sament, el centre fabril de Falset es va posar en marxa (2004) davant la impossibilitat en el seu moment d'ampliar les instal·lacions del Grup a Reus. Cal recordar que les naus de l'empresa a Falset van col·lapsar a conseqüència del temporal Filomena del 2021, el que va suposar una inversió de 10 milions d'euros en la seva reconstrucció en temps rècord.

Amb unes vendes globals de 350 milions d'euros, Fermator té a Reus el seu principal centre de producció, que ocupa una superfície de 22.500 metres quadrats i empra a 400 persones. La planta de Reus concentra la I+D+I del Grup, així com els serveis generals. **te**



Imatge de la segona planta construïda a l'Índia.

UNA COSA NOVA  
*et nou*

Nous  
**combustibles**  
**100% renovables**  
de Repsol

A partir de  
residus orgànics

La qualitat de Repsol,  
ara, 100% renovable

Fes-lo servir ja  
al teu vehicle

Disponibles a més de 200 estacions  
de servei i, a finals d'any, a 600

Descobreix més



## Daniel Rubio «El projecte de Reus Energia ens situa en el mapa de la transició energètica a escala estatal»

**L'empresa municipal comercialitzadora i productora elèctrica Reus Energia continua per bon camí aquest 2024. Així ho explica el regidor de Medi Ambient de l'Ajuntament de Reus, Daniel Rubio Angosto, el qual detalla que l'objectiu de tancar el mandat l'any 2027 amb un 70% d'autoabastament energètic als equipaments municipals.**

Un altre dels punts de millora en els quals es treballa des de Reus Energia és en mantenir el cost de la corba de demanda durant la nit mitjançant projectes d'emmagatzematge i de producció d'energia «que ens permetrien abastir-nos en dies i, sobretot, en franques horàries no solars».

Tot plegat passa per «un replantejament», i un dels reptes de Reus Energia és veure «com traslladem la corba de producció solar a les corbes de consum, i això passa per nous mètodes amb bateries de grans dimensions o sistemes d'acumulació». «Tot plegat

significaria una reducció del cost», comenta Rubio. Així mateix, però, des que Reus Energia es troba facturant, a partir del novembre de 2023, mantenen un terme mitjà d'estalvi mensual d'entre 60.000 i 70.000 euros. En aquest sentit, el regidor de Medi Ambient esplaia que «estem veient que el marge d'estalvi d'energia és molt major del que ens havíem imaginat» i afegeix que «és un projecte que ens situa en el mapa de la

**Estem veient que el marge d'estalvi de Reus Energia és molt major del que ens havíem imaginat**

transició energètica a escala estatal». L'aposta de Reus Energia continua en ferm i recentment s'han adjudicat més kW per la instal·lació de plaques fotovoltaïques al **Tecnoparc, Mercat Central, Pavelló Olímpic i l'Escola Rubió i Ors**.

Daniel Rubio és conscient que «una de les línies més interessants és tenir una mirada una mica més supramunicipal, que Reus Energia no només pugui comprar energia per a la ciutat de Reus, sinó que municipis del nostre entorn. Aquest objectiu va agafant cada vegada una mica més força, com a mínim en el marc d'un model de negoci. El que encara no s'ha iniciat és el possible subministrament a la població. Es faran, però, algunes proves pilot com el cas del consumidor compartit al barri Gaudí, que actualment es troba pendent de sortir a licitació. No es tracta d'una fita senzilla, la de subministrar a la població. Daniel Rubio no hi tanca la porta, però considera que «hem de veure com avança el desplegament de lleis que ens puguin

beneficiar per poder-se abastir i subministrar al sector privat.

### La comunitat energètica del polígon d'Agro-Reus

El projecte estrella de Reus Energia és la **comunitat energètica del polígon d'Agro-Reus**. Daniel Rubio confirma que entrarà en funcionament entre el juny i el juliol d'enguany. Es farà la comercialització d'aquesta energia en el marc de la mateixa comunitat. Sempre valorant l'entrada de possibles nous membres.

El regidor de Medi Ambient treu pit que la comunitat energètica d'Agro-Reus és una de les més importants i potents d'Espanya, amb 4,4 megawatts instal·lats. La comunitat energètica preveu una segona fase per la integració d'altres empreses que s'hi vulguin adherir. «És una comunitat energètica oberta i voluntària, sempre ho hem dit», expressa Rubio. Tot i això, fins que no es trobi en marxa i es conegui la seva producció, la demandada i els excedents no es plantejarà l'entrada d'altres agents.

L'estalvi a escala mediambiental de la comunitat energètica del polígon d'Agro-Reus significarà més d'un 50% de les emissions de gasos d'efecte hivernacle.

### La sequera i les obres de l'EDAR

El tema de la sequera és un altre dels que preocupa a la ciutadania. «Històricament, Reus sempre ha combatut la sequera i, de fet, la ciutat està per sota dels consums que marca el pla de la Generalitat actualment», exposa Daniel Rubio. Davant d'aquesta situació, l'Ajuntament de Reus treballa en la recuperació de pous i minats i, de fet, ja se n'han incorporat tres a la xarxa d'aigües de la ciutat amb l'objectiu de gestionar l'aigua a través de recursos propis.

«Com més dependents som de l'abastament extern, més estem en mans de preus que són molt més cars que la gestió dels nostres propis recursos», rebla Daniel Rubio Angosto. Així, el regidor del consistori reusenc detalla que «no ens plantejem la renúncia de cap concessió, el que sí que veiem és que només dependre de l'aigua del riu Ebre té uns riscos. Per tant, com més aigua de quilòmetre 0 tinguem, menys dependents serem i el fet de tenir un abastament plural redueix els riscos».

### L'estalvi a escala mediambiental de la comunitat energètica del polígon d'Agro-Reus significarà més d'un 50% de les emissions de gasos d'efecte hivernacle.

**L'Ajuntament de Reus** treballa en diversos projectes de pous i minats i, a talla d'exemple, els projectes de l'Aeroport i del barri Fortuny es posaran en marxa entre el 2024 i el 2025. Existeix un pla d'inversions d'uns 3 milions d'euros per recuperar pous i minats amb l'objectiu que no siguin només per aigua de rec, sinó també potable.

L'objectiu de l'àrea de Medi Ambient és que, a quatre anys vista, el 100% de l'aigua de rec de la ciutat sigui a través de pous i minats, d'aigües que no són aprofitables per l'ús de boca.

En els darrers mesos, **Unió de Pagesos reclama al Govern que les obres de l'EDAR de Reus** es facin per la via d'urgència. Els agricultors asseguren que no poden esperar fins al 2026 perquè la sequera ja haurà matat tots els arbres. Rubio explica que participen de la comissió de seguiment de les obres, amb reunions periòdiques i que també

s'han trobat amb l'ACA per posar fil a l'agulla. Malgrat tot, considera que és complicat reduir el temps d'execució, encara que 14 mesos ho considera «excessiu, però les regles del joc les marquen l'ACA i la Generalitat».

### Continuar augmentant els índexs de reciclatge

En matèria de reciclatge, el 2023 les dades indicaven que l'increment per part de la ciutadania havia estat lleugerament superior, però lluny de les xifres marcades per la Unió Europea. Per Rubio, cal incidir amb la prevenció de residus, amb la bona gestió i la separació, tant pel que fa als domicilis com a les indústries.

Daniel Rubio i la seva regidoria incidiran en les **deixalleries mòbils**, un projecte que té un bon funcionament i que s'estan plantejant canvis a aplicar. En aquest sentit, s'implementaran dues noves deixalleries mòbils i es treballarà perquè «tinguin altres funcions en la línia de l'economia circular i la recuperació i no tant com a fenomen de la recollida de rebuig».

El tema dels contenidors intel·ligents també podria ser una de les solucions per incentivar el reciclatge. És una de les possibilitats en què es treballa a partir d'una futura ordenança. Rubio ho considera «una eina més, molt positiva encara que veig molt més eficaç per la capacitat d'identificació de l'usuari i de residu les deixalleries tant fixes com mòbils. «Són punts que permeten que l'administració pública pugui verificar que el que tu estàs portant està ben classificat».

Així, des de la regidoria de Medi Ambient no es tanca la porta a cap sistema de recollida «que ajudi a millorar les fraccions». L'objectiu, en resum, és arribar a les xifres de reciclatge que marca Europa. **te**

# Anawin

solucions digitals per al món del vi des de Batea



Miquel i Toni Altés

**te J.S.** *Anawin es presenta com una plataforma digital amb un conjunt d'aplicacions per a cellers i explotacions vinícoles, però també per a Denominacions d'Origen. Amb Anawin es pot gestionar des de la vinya fins a la venda del vi, cobrint totes les etapes de la producció i genera la traçabilitat.*

Darrera d'aquest projecte empresarial que el 2022 va fregar el mig milió d'euros de facturació estan dos germans de Batea (Terra Alta), **Miquel i Toni Altés**, que després de llicenciar-se en Informàtica i treballar uns anys a Barcelona, van decidir tornar a les Terres de l'Ebre i emprendre un projecte propi. En Miquel va ser qui detectar parlant amb responsables de cellers que el món del vi és un sector molt regulat per diferents administracions, amb inspeccions per controlar la traçabilitat dels productes i no hi havia cap software dedicat a aquests temes. "Em va semblar interessant i vaig començar a estudiar el sector. Vaig fer un programa de traçabilitat. Era el primer software que vam fer: **Anawin Cellers**. Des que entra el raïm al celler fins que surt amb l'ampolla. Porta tots els registres d'agricultura, impostos especials, tractaments i registres sanitaris", recorda.

Aquest primer software el va crear Miquel Altés el 2011 a casa a les nits mentre treballava encara en una altra feina i no és fins el 2019 quan explota i l'empresa es converteix en una de les principals de sector a Catalunya.

Toni Altés, que es va incorporar al projecte el 2014, considera que Anawin ha estat una empresa que ha evolucionat amb una velocitat menor però més sostenible, amb passos més fermes. "Els primers anys van ser més d'aprenentatge, anàlisi, rebre bons assessoraments. Això ens va donar una base molt sòlida, molt madura", assenyalava. En aquests darrers quatre anys han tret al mercat fins a cinc productes diferents: una aplicació mòbil, una eina per a consells reguladors, una altra per a viticultura, per a cooperatives...

Actualment ja treballen amb 200 cellers d'arreu de Catalunya i Toni Altés apunta que

estran pensant en com créixer a la resta de l'Estat.

Un altre producte específic i molt novedós és la digitalització de les **Denominacions d'Origen**, que permet una comunicació bidireccional molt fluida amb els cellers. A Catalunya n'hi ha onze en el sector del vi. Fa tres anys van fer un primer experiment i el producte el van llençar el 2022. Actualment set DO de Catalunya ja fan servir el software d'Anawin.

"Hi ha moltes empreses que ofereixen quaderns de camp o etiquetes digitals, traçabilitat per a cellers n'hi ha algunes, software per a DO hi ha algun experiment molt pun-tual... però empreses amb el nostre

model, en què som especialistes en un cultiu i un producte final, amb tota la cadena de valor d'un sector estratègic com el nostre, no n'hi cap a l'Estat. Per això som una plataforma" explica Miquel Altés.

A nivell de plantilla, el creixement també ha estat lent. El salt important l'han fet des del 2021, passant

## Anawin

**Any de constitució:**  
2014

**Sector:**  
tecnològic / agroalimentari

**Número de treballadors:**  
8

**Facturació al 2023:**  
600.000 euros

de quatre a vuit persones. Actualment són set persones de perfil tècnic i una administrativa. A més tenen tres col·laboradors freelance, que són especialistes en diferents àmbits: enologia, agrari i jurídic.

En quant a facturació, l'any 2022 van fregar el mig milió d'euros i el 2023 han arribat als 600.000 euros. "A nivell d'innovació estem intentant treure un producte que incorpori la tecnologia blockchain per fer més transparent el món del vi. És complicat treure una solució que aporti valor", explica Toni Altés. El repte de 2024 és estar més implantats en altres comunitats autònomes, com Galícia, el País Valencià o les Illes Balears. **te**

**cambrareus**  
*Al teu costat*

[www.cambrareus.org](http://www.cambrareus.org)

**O truca'ns al 977 33 80 80**

**Segueix-nos a les xarxes socials**



CONCA DE BARBERÀ

**> EMPRENEDORIA  
I CREACIÓ EMPRESES**

**> COMERÇ EXTERIOR  
INTERNACIONALITZACIÓ**

**> FORMACIÓ I OCUPABILITAT**

**> INNOVACIÓ, DIGITALITZACIÓ  
I COMPETITIVITAT**

**> ARBITRATGE I MEDIACIÓ**

**> ASSESSORAMENT  
FUNCIO CONSULTIVA TERRITORI**

Cambra de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de Reus · c/ Boule, 2. 43201. Reus



L'empresa familiar ja va per la quarta generació.

te **J.A. DOMÈNECH**

En una de les naus de La Trencadora es troba una peça de museu en ple funcionament. Es tracta, precisament, d'una trencadora d'avellanes dissenyada en origen els anys vint del segle passat pel reusenc

**Salvador Baldrich i Lluís.** Potser és aquesta la millor targeta de presentació de La Trencadora, una empresa familiar, ja en la seva quarta generació, que busca ser una referència en fruita seca, conjuminant la tradició amb la màxima qualitat del producte.

a poc", explica **Antoni Torrens**, CEO de la companyia, membre de la quarta generació. Amb només 16 anys, Anton Basora anava amb carro fins a Reus a vendre les avellanes al mercat del dilluns. "De fet, va ser el meu avi, **Antoni Basora Palau**, el pri-

# La trencadora, prestigiar l'avellana



La **família Basora** del Rourell porta en aquest negoci des de 1920. La idea va ser quasi des del principi la mateixa: el conreu d'avellaners i la comercialització de fruita seca pròpia i de tercers. "El meu besavi **Anton Basora Espanyol** arrendava terres que, amb molt d'esforç, va començar a comprar a poc

mer de la saga a entrar en la comercialització, comprant també producte a altres pagesos, negoci que consolidaria el meu pare, **Josep Pere Torrens Martorell**".

Hem d'apuntar que el sector en el qual es mouen els Torrens ha tingut una gran tradició a les comarques de Tarragona: un mi-

## LA TRENCADORA

L'AVELLANA DE QUALITAT

Des de 1920

FAMÍLIA BASORA

poble a poble, casa per casa i sac a sac. I encara que ja no està en la primera línia de l'empresa, Torrens Martorell continua treballant en ella diàriament.

El canvi important a La Trencadora va venir amb la incorporació de la quarta generació, conformada per **Josep, Antoni i Ivan Torrens Basora**. El Josep és el responsable de producció i ha implementat els sistemes de qualitat ERP aconseguint la certificació ISO 22000, donant així a Basora un impuls que obre les portes a nous clients. L'Ivan Torrens és el responsable de les terres de la família, emprant les noves metodologies de cultiu aconseguint la certificació de Producció Integrada.

I té una data significativa: "L'any 2013 el meu pare va tenir un problema de salut important. En aquells dies, jo treballava com a enginyer, movent-me molt per Europa. Però vaig venir a ajudar al meu pare i em vaig quedar", assenyala Antoni Torrens. "La meva idea va ser llavors relançar totalment l'empresa, amb noves possibilitats de producció, im-

plementant una traçabilitat rigorosa i sempre amb l'objectiu de prestigiar el producte i la tradició agrícola. Ens feia molt de malveure l'abandó de les finques i com un producte tan nostre com l'avellana no era reconegut en tot el seu valor".

Amb un horitzó enfocat a crear els seus propis productes, la família Torrens decideix adquirir una màquina especialitzada a esclovellar avellanes, i aixecar una nau per a albergar els nous equips.

Trobar una trencadora totalment funcional era una empresa difícil, ja que, les màquines existents al mercat estan dissenyades per a avellana de varietats d'altres països, per a l'avellana de la varietat negreta, la més abundant, és més complicat aconseguir una que compleixi amb tots els requisits i no produeixi trencaments en els grans. Calia mirar cap enrere i veure què s'havia fet en el pas-

Antoni Torrens,  
CEO de la companyia

## Nissaga de la família Basora al capdavant de l'empresa



**Antoni Basora Espanyol**  
(1899 - 1973)



**Antoni Basora Palau**  
(1925-1999)



**Josép Pere Torrens Martorell**  
(1945)

sat. La solució va ser adquirir una vella Salvador Baldrich dels anys 30, el fabricant de la qual havia tingut una gran reputació.

L'estructura de la màquina va ser recuperada i restaurada per la família Basora, respectant al màxim la seva antiga funciona-

litat. En 2017 estava ja en ple funcionament a l'empresa.

La màquina inspiraria a més el futur disseny de l'embolcall dels productes. El següent pas va ser la creació en 2018 del nom de l'empresa, La Trencadora. Totes les etiquetes porten un subtítol: "L'avellana de qualitat". Així, en les elaboracions pel mercat detallista la companyia ha aconseguit difondre una marca amb cert caràcter, amb un embalatge distintiu que ve a recollir la idea de qualitat i vinculació amb la terra.

I en 2020 vindria un nou canvi, que obriria noves possibilitats: la creació de la crema de xocolata i avellanes. "Vam voler que en el disseny de l'etiqueta hi hagués una figura catalana emblemàtica; li encarreguem a **Pilarín Vallès** el dibuix d'un patufet per casa nostra. Vo-

líem posar-li l'ànima catalana al producte, amb una figura de grans remembrances". La Trencadora ja tenia en el mercat en aquells dies una àmplia gamma de producte més bàsic, amb destinació als seus tres tipus de clients: obradors, botigues i productors industrials.

Encara que actualment el client de referència és l'industrial, l'aposta de l'empresa dels Torrens està a augmentar la seva presència al mercat minorista. Així, més enllà de la venda en línia de la plana web, La Trencadora ha arribat recentment a un acord amb la cadena de supermercats **Bon Preu**, que li permet augmentar el volum de vendes fent més fàcil les amortitzacions i reducció de costos. A més d'aquest acord, "la nostra il·lusió és tenir una botiga pròpia a Barcelona", explica Antoni Torrens.

Amb un moviment anual de 500 tones d'avellanes en closca i unes vendes d'1,5 milions d'euros, la firma ha iniciat el camí en altres especialitats com la crema de pistatxos, gelats i un producte que veurà aviat la llum: l'orxata d'avellanes.



En algunes revistes especialitzades en gastronomia, els productes de La Trencadora s'esmenten de la mà de fabricants de gelats i pastissers coneguts. En el fons de tots aquests projectes trasllueix una idea bàsica: la selecció i manyaga del producte, la seva qualitat, donar valor a la producció local.

De continu, l'empresa rep visites de cuiners, pastissers i gelaters a la recerca d'un producte concret. "Aquesta aproximació als productors de qualitat ens il·lu-

siona perquè ens obliga a un esforç constant, a invertir en nova maquinària que moltes vegades no trobem al país", es lamenta Torrens. En tot cas, "la nostra voluntat és controlar el creixement, perquè volem donar valor a l'avellana catalana i al productor local, rescatant les millors maneres de fer del passat.

Aquest és un gran dèficit que ha tingut la societat: no hem sabut construir un llegat conjunt amb el nostre patrimoni històric i industrial", es lamenta Torrens.

"Hem de recuperar els valors de l'esforç i la continuïtat, i veure també com evitem que es deteriori el paisatge per l'abandó de moltes finques de conreu".

Antoni Torrens està convençut que "si recuperem o inculquem de nou aquesta manera de fer d'abans, el sector sobreviurà. I no hi ha una altra fórmula que posar molta il·lusió, imaginació i, sobretot, hores". 



## Una màquina emblemàtica

En el passat i ara, és considerada una màquina única, de gran eficiència. Des de 1928 fins a 1932, Salvador Baldrich dissenyarà i patentarà diferents mecanismes per a separar la closca del gra, tant en ametlles com en avellanes. La seva fàbrica del camí de l'Aleixar a Reus constructora de màquines per a fruits secs, el convertirà en la referència del sector.

Antoni Torrens va trobar aquesta enorme màquina a Riudoms i va decidir que, per a donar el millor producte, havia d'adquirir-la i restaurar-la. La tasca va ser ingent i va haver d'aplicar-se

a fons. Faltaven algunes peces que es van trobar després, del mateix fabricant, gràcies a una cerca minuciosa. L'acoblament es va completar amb un nou sistema elèctric i una millora dels mecanismes d'entrada i sortida del producte.

La trencadora de Baldrich compleix perfectament amb la filosofia de l'empresa, la de conjuminar els processos del sector sota una idea comuna de tradició i traçabilitat. Amb aquesta filosofia, els Torrens conreen 30 hectàrees d'avellaners, de les quals una part

són en propietat. I en els 5.000 metres quadrats de les seves instal·lacions han obert recentment una botiga al públic; un espai que ja serveix també per a acollir visites grupals.

En una petita dependència de l'empresa, aïllades com si fossin en un laboratori, quatre o cinc persones de les 16 que té en plantilla La Trencadora fan una selecció manual, una a una, de les avellanes torrades que després han de ser empaquetades. Em sembla que és la imatge perfecta que defineix el caràcter d'aquesta empresa.

**LA** noche del día 28 de diciembre de 1995, sobre la una, presencié la más brillante editorial televisiva de mi vida. No hace mucho falleció José María Carrascal, su autor. Era un sesentón que había venido a España tras haber sido reportero toda su vida en EEUU y hablaba castellano con un fuerte acento americano.

Esa noche, como cada noche, se sentó sobre la mesa con una de sus extravagantes corbatas y soltó un *speech*: “Nos hemos reunido en el consejo de redacción para gastarles alguna inocentada con una noticia falsa y un redactor ha propuesto decir que habían encontrado dinero negro al director del Banco de España. Pero todos hemos coincidido en que ustedes, esto, no se lo creerán”.

El segundo reportero sugirió dar la noticia de que el director general de la Guardia Civil era un delincuente huido y lo habían encontrado y detenido en Laos, pero también hemos pensado que esto, ustedes, no lo creerán.

El tercer redactor, que el ministro del Interior estaba siendo investigado por terrorismo, pero tampoco prosperó pensando que ustedes esto no se lo creerán. “Finalmente hemos acordado contarles que todo lo anterior es cierto y el presidente del Gobierno,

## Esto no se lo creerán



**JUAN BALLESTER**

*Registrador mercantil de Tarragona*

Felipe González no dimite; pero claro, ustedes, esto, no se lo creerán”.

Hace unos días, en otro momento estelar televisivo, Pablo Motos entrevistó a Felipe González y nos explicó que los últimos tres años de mandato (1982-1996) no hubo un solo día que no escuchara “Váyase, Sr. González”. Porque, en aquel entonces, hasta para mandarse a tomar viento usaban la cortesía.

Felipe González (84) parecía molesto y explicó que, en las últimas



elecciones a las que concurrí, podría haberse mantenido en el gobierno (con PNV y CiU) pero respetó la decisión de los españoles que querían un cambio. Porque, en aquel entonces, los escaños no eran una calculadora para mantenerse en el poder.

A Felipe González no lo quieren en el PSOE de estos tiempos, no quieren ni que exprese sus opiniones, pero él hizo valer aquellos tiempos cuando había fuertes debates en el Comité Federal y en vez de Yolanda Díaz (de quien se pitorreó), estaba en IU Julio Anguita, con quien saltaban chispas.

Habló de aquella amnistía y de aquella libertad, y de esta; de Palestina y de Milei, de Puigdemont y de Rusia, de Nelson Mandela y Mikhail Gorbachov, del nefasto legado de Zapatero y de lo bobo que es. Y el resultado general de la comparación entre sus tiempos y los de Sánchez fue ver que ahora todos los ciudadanos llevamos un monigote pegado en la espalda. Y todos los días son la fiesta de los Santos Inocentes.

También habló de los cinco días de reflexión de Pedro Sánchez para pensarse si dimitía por la imputación de su mujer y de los llantos del Comité Federal, lo que hubiera dado para una excelente editorial de Carrascal. Pero claro ustedes, eso, no se lo creerán. **te**

## El compromís per millorar la salut i la competitivitat de les persones



**PACO LARI**

*Director general de Salut i Treball*

**RES** no m'hauria agradat més que poder començar aquest article d'una altra manera, però la realitat és tossuda i recentment hem conegut que la sinistralitat laboral a Catalunya ha augmentat en prop d'un 33 per cent en deu anys.

Conscients que el risc zero no existeix en gairebé cap activitat humana, la veritat és que, més enllà de les fredes estadístiques, les empreses i les firmes especialitzades en serveis de prevenció de riscos laborals estem realitzant importants esforços per revertir la situació, però no n'hi ha prou. De fet, mai n'hi haurà prou i tota precaució és sempre poca quan parlem de posar els mitjans i els coneixements necessaris per situar l'accidentalitat al mínim.

I quin seria aquest mínim que ens podria deixar satisfets? A Salut i Treball portem gairebé 15 anys posant la nostra experiència al servei de la prevenció i la vigilància de la salut. I ho fem partint de la premissa que els riscos d'avui no són els d'ahir i que per evitar els de demà cal anticipació i proactivitat.

La visió de 360 graus és també imprescindible i a Salut i Treball aquesta actitud defineix la nostra estratègia. Una forma de fer que recomanem a les empreses. I que suposa afrontar la realitat amb una vi-



sió de conjunt, amb els peus a terra i la vista en el futur.

En el camp de la prevenció no només ens ocupem d'evitar els accidents físics. Com tampoc en el camp de la vigilància de la salut ens limitem a validar que el treballador es troba bé. Anem molt més enllà i fomentem que les empreses ens acompanyin en aquest viatge.

Conceptes com el d'empresa saludable i serveis com el Seguiment Digital de la Salut, SDS, presentat recentment, marquen la diferència i ens posicionen com una empresa de referència.

No m'hi estendré massa. Però vull deixar molt clar que treballar per fer que una empresa és converteixi en una empresa saludable no és ni moda ni esnobisme. I diré més, no és només un canvi de paradigma a l'abast de les empreses més grans. És una eina competitiva que les organitzacions haurien d'incorporar com més aviat millor si volen garantir la continuïtat i creixement dels negocis i activitats dotant-se de les eines per impulsar l'eficiència, el treball en equip, la productivitat i la motivació de les persones.

Vet aquí les persones, el nostre principal actiu. Un actiu que hem de cuidar i preparar davant desafiaments com la incidència de la intel·ligència artificial, les addiccions, els nous materials tecnològics, el teletreball, el canvi climàtic, l'absentisme... i l'impacte que tot plegat pot tenir en la salut mental i la gestió de l'estrès i l'ansietat.

Un apunt, per cada euro invertit en iniciatives saludables a l'empresa s'obté un retorn de més de tres euros. En el camp de la vigilància de la salut estem avançant força gràcies a l'adopció d'un sistema pioner de Seguiment Digital de la Salut, SDS, que ens permet mantenir una relació bidireccional amb els treballadors i tenir cura gairebé en temps real de la seva situació i evolució. **te**

**TarragonaEmpresarial.com**

ECONOMIA I EMPRESA DE LES COMARQUES DE TARRAGONA

**TarragonaPort.com**

DIGITAL PRIVADO DE LA ACTIVIDAD PORTUARIA Y LOGÍSTICA LOCAL

**buenaquímica.org**

ACTUALIDAD DE LA QUÍMICA DE TARRAGONA

**TotTurismeTgn.cat**

ACTIVITAT EMPRESARIAL I ECONÒMICA DEL SECTOR

**Reus Empresa.cat**

INFORMACIÓ ECONÒMICA I EMPRESARIAL DE REUS I EL SEU ÀMBIT D'INFLUÈNCIA

**Tota la informació  
econòmica i  
empresarial  
del territori,  
al teu abast**

## Factores de incertidumbre e incremento del riesgo



**DAVID GIMÉNEZ**

*Director de Credit Broker Protego*

**LOS** expertos auguran que la economía va a mantener una tendencia positiva en lo que resta de 2024, aunque advierten de que el crecimiento será lento y con desafíos globales persistentes. La previsión del Banco de España acaba de mejorar y se sitúa en el +2,3%, si bien otros informes como el Barómetro de Riesgo País que elabora Coface rebajan esas expectativas al 1,3%.

En todo caso, el denominador común coincide en que la inestabilidad geopolítica mundial será decisiva, bajo la influencia de conflictos como el de Oriente Medio, la guerra en Ucrania o las huelgas del Mar Rojo, además de los procesos electorales en más de 70 países (incluidos siete de los más poblados del mundo), con la mitad de la población mundial y aproximadamente el 55% del PIB mundial.

Con el orden mundial en fase de remodelación, el resultado de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en noviembre será crucial para las futuras relaciones entre Occidente y China continental. En Taiwán, la victoria del Partido Progresista Democrático (DPP) significa que las tensiones con China van a continuar, y con carácter más general, un clima internacional caracterizado por la feroz competencia entre Occidente y Asia.

Estos factores de inseguridad dibujan un panorama de riesgos que las empresas no pueden obviar en su planifica-

ción estratégica. Por otra parte, el descontento en Europa crece a ritmo vertiginoso, como han demostrado las elecciones al Parlamento europeo con el auge de movimientos extremistas. Así, las tensiones geopolíticas vuelven a afectar a las cadenas de suministro globales, y la



cobertura de riesgos relacionados con el comercio internacional, como el seguro de transporte o el seguro de crédito a la exportación, cobran otra vez protagonismo.

En este complejo contexto internacional, el mercado doméstico todavía debe resolver problemas estructurales que, de no corregirse, van a

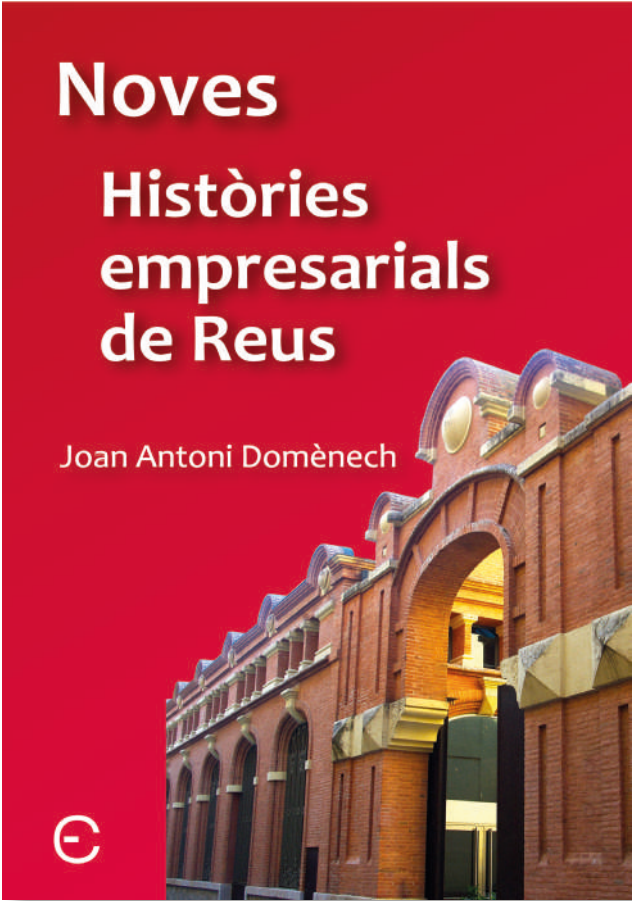
pesar sobre su competitividad a largo plazo. Si quiere seguir creciendo, España debe abordar reformas integrales que no son populares; las más urgentes orientadas a corregir una deuda pública mareante, baja productividad, alta tasa de desempleo juvenil, envejecimiento de la población trabajadora o la falta de inversión en capital tecnológico e innovación.

Con todos estos parámetros de análisis en el horizonte, el sector empresarial debe prepararse para afrontar un entorno económico adverso, con un nuevo aumento de las insolvencias en este 2024, -especialmente en Europa Occidental, según Allianz Trade-, aunque probablemente no con un ritmo tan elevado como el del pasado ejercicio.

Muchas empresas deberán hacer frente a una disminución de la demanda y un incremento de costes, lo que inevitablemente reducirá sus márgenes de beneficio. Manejar información certera y en tiempo real es determinante para mitigar los riesgos inherentes a las transacciones globales, tanto de riesgo de crédito comercial como político. Para disponer de un asesoramiento integral es recomendable apoyarse en especialistas -en Credit Broker Protego tenemos experiencia desde hace más de 25 años- que conozcan en profundidad los distintos productos y que trabajen con todos los operadores existentes en el mercado. **te**

Llibre recomanat

# Un magma empresarial únic



A l'antecedent d'aquest volum, el llibre *Històries empresarials de Reus*, l'autor, Joan Antoni Domènech, es preguntava en un capítol introductori quin va ser el combustible originari que va encendre aquest motor continu de creativitat empresarial i social tan característic de Reus. Apuntava llavors una sèrie de factors, gran part d'ells producte de les dificultats. Un serà l'absència d'aigua i, per tant, la lluita per aconseguir-la, que marcaria des d'un inici un cert ADN propi. Però, naturalment, el vigor històric local que explicaria aquest èxit com a ciutat emprenedora, necessitava un ampli argumentari.

Un punt de partida indiscutible, a favor seu, seria la localització geogràfica de Reus, en mig d'un encreuament de camins, i d'una plana agrícola molt productiva. Ubicació a mitja distància de la costa, que, durant segles, impediria les freqüents incursions dels pirates sarraïns que sacsejaven les poblacions costaneres. Un enclavament, doncs, propici a una certa estabilitat. La lluita per establir-se com a mercat referent, enfront d'altres veïns de major tradició i força, catapultaria inicialment a la ciutat.

**Te REDACCIÓ**

Aquesta *Teoria de Reus*, com la bateja l'autor, té altres elements que la conformen, i que van ser objecte

d'un ampli argumentari en aquell llibre. En efecte, una dinàmica que es podria explicar gràcies a la suma de diversos factors amb un denominador comú, un motor ben tangible: l'absència de facilitats. Recordem que Reus -per intentar resumir-ho-s'ha fet gran justament gràcies a les dificultats. La lluita contra les adversitats, va enlairar la ciutat. I d'aquí va néixer també un palpit social energitzant; l'abonament necessari per impulsar moltes iniciatives empresarials i socials.

L'aposta per les exportacions, fent seu el port de Salou, catapultaria la fama de la ciutat i seria el far per atreure noves possibilitats i fins i tot l'arribada de famílies estrangeres

disposades a aprofitar aquest clima comercial tan propici.

Durant segles, la ciutat seria un viver d'iniciatives diversificades en un ampli ventall de sectors, i els avatars de les crisis sectorials van tenir a Reus un efecte revulsiu, relançant-se l'economia local amb noves especialitzacions, fins a arribar pràcticament als nostres dies. De fet, la capacitat de transformació i adaptabilitat serà un dels signes del progrés local. Una d'altra, especialment rellevant, és que moltes de les iniciatives empresarials es faran de manera coral: les empreses contaràn de partida amb un bon grapat d'accionistes, a vegades, com es mostra en algun capítol, se sumaran centenars a deter-

minades iniciatives. Aquesta forma d'actuar es traslladarà també a tota mena de projectes socials i culturals, donant així una força que farà de la ciutat un referent cultural.

En aquestes *Noves històries empresarials de Reus*, l'autor ens presenta un ventall d'iniciatives empresarials i personatges dels últims 150 anys. Moltes d'aquestes històries, quan no són inèdites, introdueixen noves dades a informacions ja conegudes. Sorprèn la varietat i qualitat d'algunes aventures empresarials, i dels personatges que les van fer possibles. Tot un univers que constitueix un fenomen realment únic.

**La ciutat seria un viver d'iniciatives diversificades en un ampli ventall de sectors, i els avatars de les crisis sectorials van tenir a Reus un efecte revulsiu**

L'autor, que ha escrit aquest volum al llarg d'un any, ha pogut accedir a informació proporcionada per diversos arxius, així com a la memòria d'alguns dels protagonistes d'aquestes històries o els seus descendents, intentant posteriorment contrastar les dades amb la documentació disponible. El llibre compta amb un important apèndix bibliogràfic, i d'altres fons, així com dos índexs (el de persones i, per altra banda, d'institucions i empreses), que recullen centenars de noms memòria de l'economia i empresa local.

El llibre sortirà a la venda al mes de setembre, i compta amb la col·laboració d'empreses i institucions com: Cambra de Comerç de Reus, Andbank, Grup Fermator, Salut i Treball, OutletPC i Òptiques Visió. **te**

## Alguns capítols del llibre

- # Un magma empresarial únic
- # El naixement de la indústria avícola
- # La saga dels Vilella
- # Francesc Recasens, empresari a Tenerife
- # Els Banús i Reus
- # Plim, fantasia de fruites
- # Josep Rovellat, financer d'Evarist Fàbregas
- # Priorat, les etiquetes de Carlos Hyssen
- # Supermercados Catalanes, entre els pioners a l'Estat
- # Farinetes Blevit
- # Empar Cogul, empresària 'avant la lettre'
- # Televisors amb marca local
- # Els Miarnau
- # Punyed: laboratoris, vacunes i aigües minerals
- # El somni d'un banc panamericà
- # Vila, l'imperi avícola
- # Almendrina versus Alimentina
- # Jacint Barrau, l'empresari que va revolucionar la indústria tèxtil
- # Data Logic, l'imperi informàtic
- # Joan Abelló Pascual, el gran empresari farmacèutic
- # Empresaris inventors
- # Un petrolier anomenat Ciudad de Reus
- # Una societat anònima per crear la Facultat de Medicina
- # Joan Boqué Reverter, una visió empresarial i ciutadana
- # L'USSA, antecedent del model urbanístic i turístic de Salou
- # Una fàbrica de carburs a Terol
- # Reus i Romà Perpinyà, l'origen d'una teoria econòmica
- # Una granja model a Filipines
- # El banc francès dels Recasens
- # Andreu Rodríguez Figuerola, l'empresari humanista
- # Reddis, motos «made in Reus»
- # Gas Reusense, una ambició ciutadana
- # Josep Matas, l'excel·lent home de banca
- # El Carrilet, de tren industrial a turístic
- # Valira, cafeteres i paelles per mig món
- # Banca Vilella
- # Josep Maria Bach, impulsor de grans projectes
- # Un intent d'empresa periodística local
- # L'última gran aventura bancària
- # Josep Boule, el gran exportador de vins
- # Un saló comercial pioner
- # Un mar de petroli
- # Anton Borràs, el senyor de l'avellana
- # DISA, un mapa de benzineres
- # La primera aspirina



# La nova aposta del Parc Samà

**te JORDI SALVAT**

El Parc Samà és l'únic jardí històric de la província de Tarragona. Situat al terme municipal de Cambrils i amb una extensió de 14 hectàrees, va ser inaugurat el 1881 i ha viscut diferents èpoques en aquest gairebé segle i mig d'història. Des de l'any 2017 viu una nova etapa, amb una adaptació als nous temps per esdevenir un referent turístic del Camp de Tarragona, després de l'aposta de l'empresa DNA, que n'ha assumit la gestió.

DNA havia iniciat la gestió del conjunt de la Catedral de Tarragona i el Museu diocesà el 2012, en cinc anys van ser capaços d'arribar als 100.000 visitants, partint de 20.000. Va ser la primera incursió a terres tarragonines, després que l'empresa posés en marxa

**Durant aquests primers anys s'ha ordenat i millorat aquest espai de 14 hectàrees a l'aire lliure**

una nova àrea dedicada a la gestió d'actius patrimonials, aprofitant la seva experiència en l'elaboració de plans de màrqueting per a destinacions turístiques i equipaments públics i privats, que l'ha portat també a gestionar la visita turística el Gran Teatre del Liceu o a captar visitants i ordenar la visita als seus espais museístics de la Basílica de Santa Maria del Pi, a Barcelona.

Les gestions amb la propietat del Jardí Històric del Parc Samà, que també és Bé d'Interès Cultural (BIC), les van iniciar a mitjan de la dècada passada, treballant un pla conjunt amb la propietat denominat Parc Samà, un jardí amb memòria per a rescatar el parc amb intervencions de manteniment, conservació i restauració en un horitzó de llarg termini, tant dels edificis històrics com d'espècies arbòries, arbustives i herbàcies. "Igual que els altres recursos patrimonials, es tractava de generar un model de gestió basat en una experiència de visita amb capacitat d'atreure visitants i per tant de generar ingressos per a escometre les necessàries millores i labors de manteniment i conserva-

ció", afirma el CEO de DNA, Francisco Javier Castillo.

## Re poblament arbori

Durant aquests primers anys s'ha ordenat i millorat aquest espai de 14 hectàrees a l'aire lliure. Destaca el pla de repoblament. El parc alberga més de 1.600 arbres i durant els últims anys, han dut a terme diversos plans de sanejament i s'han plantat 800 arbres i arbustos més per a retornar a aquest parc la seva exuberància botànica.

L'any 2020 van desenvolupar una acció anomenada 13x13, dedicada a l'Objectiu de Desenvolupament Sostenible número 13: Acció pel clima, aquest objectiu insta a tots a prendre mesures urgents per a combatre el canvi climàtic i els seus efectes. L'acció 13x13 va donar l'oportunitat als visitants de plantar el seu propi arbre en Parc Samà, es van plantar 300 plançons d'alzina (*Quercus ilex*), surera (*Quercus suber*), cedre de l'atles (*Cedrus atlantica*) i pi silvestre (*Pinus Sylvestris*), que multipliquen per 13 els 23 arbres caiguts al parc per les tempestes en 2019.

També s'han realitzat rehabilitacions i nous usos de les principals construccions, a destacar l'hivernacle, la moneria, les cavallerisses, l'aviari Marianao, i els cellers com a Museu del Vermut Yzaguirre i Museu de l'oli Mes del Miu.

"Durant aquests anys anem adaptant el Jardí Històric a l'emergència

**Una de les prioritats és l'adaptació a l'emergència climàtica i la millora de la gestió de l'aigua**

climàtica, enguany, amb l'objectiu de projectar el jardí històric a futur, s'ha realitzat una plantació experimental amb 4.000 àloe vera, que forma part del full de ruta del parc per a millorar la gestió de l'aigua, afrontar el descens de les precipitacions i l'augment de la temperatura en la Costa Daurada", assenyalava. Castillo, que apunta que "tots els jardins botànics del món són custodis de paisatges singulars i coneixement científic, i són una font d'inspiració, aprenentatge i un lloc idoni per a generar un canvi social positiu, i el nostre repte és mantenir el seu valor com a jardí històric i el seu aspecte, que és el resultat d'un perpetu equilibri entre el desenvolupament i la deterioració de la naturalesa, i de la voluntat de perpetuar el seu estat".

## Aliances internacionals

Les prioritats les marquen les estratègies i aliances. "El 2017 vam ser els promotors i som membres de la Xarxa Europea de Jardins Històrics, associació sense ànim de lucre els membres del qual són jardins històrics europeus i institucions que comparteixen l'interès comú de protegir i promoure el patrimoni dels jardins històrics; amb aquesta Xarxa es va aconseguir generar la Ruta Europea dels Jardins Històrics (ERHG) va ser certificada com a Itinerari Cultural del Consell d'Europa a l'octubre de 2020, un reconeixement que posa en valor el seu patrimoni històric, artístic, social i natural", explica Castillo.

L'any 2019 van entrar en l'aliança Climate Change Alliance of Botanic Gardens, que reuneix organitzacions botàniques per a prendre mesures per a protegir i permetre l'adaptació dels paisatges botànics davant el canvi climàtic. Es tracta d'un compromís per conservar i conscienciar als visitants sobre la importància d'actuar contra el canvi climàtic, expressat en el ODS 13 acció pel clima.

Francisco Javier Castillo  
CEO de DNA

## Augment important de visitants

DNA va iniciar la gestió del Parc Samà el 2017 partint de 18.000 visitants, amb tot el pla de millores hem aconseguir que 135.000 visitants gaudissin del Jardí Històric l'any 2023. L'activitat genera 12 llocs de treball directes. El parc obre tot l'any, amb l'objectiu que els visitant de la Costa Daurada tinguin a la seva disposició activitats de caràcter cultural i natural, una visita que ajuda a desestacio-

## Les xifres

**14** hectàrees

**1.500** arbres

**800** arbres i arbustos plantats els darrers anys

**135.000** visitants el 2023

**20.000** escolars van visitar el Parc el 2023

**12** llocs de treball

nalitzar la demanda i aporta competitivitat al destí.

El Parc Samà va ser un dels primers zoològics d'Espanya, dins de la variable exòtica i silvestre dels jardins del romanticisme, el parc va albergar diferents col·leccions d'animals entre les quals van destacar els ocells portats de Centreamèrica. "Hem volgut recupe-

rar aquesta dimensió adaptant el concepte de parc zoològic al segle XXI, on el benestar animal és l'absoluta prioritat; i on les instal·lacions tenen la vocació de ser una potent eina de conscienciació social dels problemes mediambientals, la conservació d'espècies en perill d'extinció i la recerca científica", explica Castillo.

L'objectiu és servir com a aula d'educació i conservació, l'any 2023 van gaudir de les visites educatives més de 20.000 alumnes de totes les edats, on el visitant pugui admirar, gaudir i comprendre de prop el meravellós món dels ocells, mamífers i rèptils, construint de nou una col·lecció zoològica que combina la fauna exòtica i la fauna mediterrània.

## Espai de trobades empresarials

El Parc Samà ha estat el lloc triat per a la celebració de multitud d'esdeveniments de diversa naturalesa des de la seva construcció, a la fi del segle XIX. La bellesa del paisatge que conforma la seva casa-palau, el seu jardí botànic i el seu llac és la raó principal per la qual el parc ha estat sempre viu, satisfet d'esdeveniments. La seva ubicació i el seu clima mediterrani confereixen al parc les condicions òptimes per a qualsevol celebració. En l'actualitat acull esdeveniments de tota mena, socials i corporatius, per a això compten amb proveïdors locals i gastronomia de proximitat i també treballen per a acollir rodages i filmacions. Aquest inici d'any han albergat un rodatge d'una important pel·lícula que encara no poden revelar fins que no s'estreni. **te**



# Port Tarragona

#RumbEcoPort2027

## Recuperació dels Prats d'Albinyana

Port Tarragona inverteix més de 2 milions d'euros per a restaurar un espai natural amb més de 37 hectàrees al costat de la ZAL de Vila-Seca, adscrit a la Xarxa Natura 2000, refugi per a espècies animals en perill d'extinció



**GAVINA CORSA**  
(*Larus audouinii*)

- Espècie Vulnerable al catàleg nacional d'Espècies Amenaçades



### ESPAI NATURAL

- Recuperació de 37 hectàrees
- Llacuna de 107.700 m<sup>2</sup>
- Illa de 26.990 m<sup>2</sup>

### REGENERACIÓ DE L'ESPAI

- Plantació de 13.000 arbres d'espècies mediterrànies
- Introducció d'espècies autòctones
- Espai per a aus migratòries



Port Tarragona



porttarragona.cat