

Las cotizadas disparan sus ingresos un 27%

■ Resultados de todas las empresas hasta septiembre **P2 y 4-5**

Las cotizadas disparan los ingresos un 27% y ganan 45.300 millones

RÉCORD/ El beneficio del Continuo hasta septiembre es un 34% más elevado que en 2019, antes de la pandemia.

A.Fernández, Madrid

Las compañías que cotizan en el Mercado Continuo siguen desafiando la incertidumbre económica y el aumento de costes con unos resultados hasta septiembre que se mantienen en los niveles récord del año pasado, pese al fuerte impacto de los atípicos.

El centenar de empresas que ha presentado las cuentas del periodo, sobre el total de 120 que cotizan en la Bolsa española, ganaron 45.290 millones de euros en los nueve primeros meses del año, lo que supone una ligera caída del 3,4% respecto al mismo periodo de 2021, un ejercicio con resultados históricos.

El descenso se explica, principalmente, por los extraordinarios positivos que anotaron el año pasado Telefónica (venta de Telxius y fusión de su filial británica O2 con Virgin Media), Caixa-Bank (fusión con Bankia) y Bankinter (OPV de Línea Directa). Estos tres casos han lastrado la comparativa global por los miles de millones de diferencia negativos entre ambos ejercicios. No obstante, el resultado ordinario de CaixaBank y Bankinter creció un 21% hasta septiembre, y Telefónica elevó un 2,9% su resultado bruto de explotación profuma.

Comparativa con 2019

Si se comparan los datos de los grupos del Continuo con el mismo periodo de 2019, antes de la pandemia, el centenar de empresas que han presentado datos ganaron un 34% más que los 33.740 millones de beneficio global que obtuvieron

EBITDA AL ALZA

El resultado bruto de explotación (ebitda), que excluye los atípicos, de las empresas del Continuo **creció un 5,3%**, hasta 74.136 millones de euros. El beneficio neto bajó un 3,4%, hasta 45.290 millones, por factores no recurrentes.

las cerca de 125 empresas que componían entonces el índice.

Ingresos y tirón del Ibx

Excluyendo los extraordinarios y los factores no recurrentes, el resultado bruto de explotación (ebitda) de las empresas en Bolsa aumentó un 5,3% respecto a los nueve primeros meses de 2021, hasta 74.136 millones, gracias al impulso del 27% en los ingresos, que alcanzaron los 551.520 millones.

La fortaleza del periodo, pese a las sombras que se ciernen por el riesgo de recesión global, la alta inflación, los costes energéticos y la subida de tipos (esto último beneficia a la banca), se apoyó, en buena parte, en las firmas del Ibx, que, sin los datos de Acciona, Acciona Energía e Inditex, ganaron 39.719 millones, un 5,8% menos, por los factores antes citados y representaron el 88% del resultado total del Continuo. El buen desempeño del Ibx, cuyo ebitda creció un 3,9%, se explica por el tirón de petroleras (Repsol) y ener-

géticas (Iberdrola, Endesa y Naturgy) gracias al elevado precio de los hidrocarburos; los resultados récord de los grandes bancos (Santander y BBVA), impulsados por las subidas de tipos y las escasas provisiones; y la intensa mejora de las firmas turísticas Amadeus, Aena, IAG y Meliá, que han vuelto a cifras positivas tras el golpe del Covid.

Resto del Continuo

El resto de cotizadas sin el Ibx tuvo un beneficio neto global de 5.570 millones, casi un 18% más que en los nueve primeros meses del año pasado. Dentro de este subgrupo sobresalen la buena marcha de los grupos de componentes de automoción Cie y Gestamp, que ganaron un 14% y un 81% más; el buen desempeño de inmobiliarias como Metrovacesa, Cevasa, Lar España, Realia o Inmobiliaria del Sur; o la química Ercros, que casi duplicó el resultado.

También sumó la mejora de los grupos de renovables. Grenergy ganó un 85% más, y Opdenergy, Audax y Soltec entraron en números negros. La vuelta a beneficios de Almirall, NH, Ence o Tubacex; y el tirón de Applus (ganó un 17% más), Elecnor (+16%), Logista (+14%), Clínica Baviera (+10%), Prosegur (+31%), Unicaja (+67%) y Prosegur Cash (+95%) contribuyeron al buen resultado global.

El fuerte descenso de las pérdidas de Técnicas Reunidas, Prisa, eDreams y Adolfo Domínguez también aportó su grano de arena.

La Llave / Página 2

RESULTADOS DE LAS EMPRESAS DEL MERCADO CONTINUO HASTA

	Facturación 2022	Variac. % 22/21	Ebitda 2022	Variac. % 22/21	Benef. neto 2022	Variac. % 22/21
Ibex 35						
Acerinox	6.996,0	46,7	1.186,0	76,8	741,0	98,7
ACS	24.526,0	20,4	1.263,0	8,4	480,0	-11,9
Aena	2.915,1	65,6	1.301,5	196,9	499,2	-
Amadeus	3.317,4	78,3	1.242,1	206,2	521,1	-
ArcelorMittal	62.665,0	12,9	12.844,0	-10,1	9.000,0	-17,1
Banco Sabadell	3.907,0	0,0	-	-	709,0	91,6
Banco Santander	38.594,0	11,5	-	-	7.316,0	25,1
Bankinter	1.518,0	6,7	-	-	430,1	-65,6
BBVA	18.366,0	17,8	-	-	4.842,0	46,2
CaixaBank	8.647,0	12,1	-	-	2.457,0	-48,8
Cellnex	2.572,0	46,1	1.937,0	45,2	-255,0	(75,9)
Colonial	262,0	12,0	205,0	11,4	398,0	116,3
Enagás	714,9	-1,0	605,1	-9,7	353,4	15,0
Endesa	24.620,0	72,6	3.710,0	18,8	1.651,0	13,2
Ferrovial	5.446,0	10,5	521,0	18,1	-	-
Fluidra	1.966,8	15,4	455,7	1,2	179,4	-19,0
Grifols	4.351,2	18,8	927,0	12,8	188,0	-30,1
IAG	16.680,0	239,0	770,0	-	199,0	-
Iberdrola	37.903,3	35,4	9.529,1	16,7	3.103,6	28,9
Indra	2.694,4	14,0	282,3	9,8	115,7	1,0
Mapfre	22.201,8	12,2	-	-	488,4	-6,8
Meliá	1.273,4	113,9	328,5	408,5	52,6	-
Merlin Properties	340,9	7,6	249,4	17,0	567,1	123,0
Naturgy	27.011,0	85,5	3.502,0	36,8	1.061,0	36,6
PharmaMar	141,4	0,8	44,5	-19,1	43,4	-20,7
Redeia (Red Eléctrica)	1.523,0	3,9	1.182,3	2,1	551,5	0,1
Repsol	58.996,0	73,1	10.863,0	94,5	3.222,0	66,2
Rovi	575,5	24,2	173,9	24,7	121,5	22,9
Sacyr	4.092,0	23,6	924,0	46,7	67,8	12,6
Siemens Gamesa (I)	9.814,0	-3,8	-102,0	-	-940,0	(49,9)
Solaria	121,0	50,9	109,0	55,7	69,7	85,5
Telefónica	29.793,0	0,6	9.593,0	-53,5	1.486,0	-84,1
Total	424.545,1	30,8	63.646,5	3,9	39.719,4	-5,8
Resto Mercado Continuo						
Adolfo Domínguez (2)	49,6	27,0	4,3	-	-2,7	(-74,8)
Aedas Home (2)	214,5	-9,5	21,0	-52,8	7,1	-71,2
Airbus	38.119,0	8,4	3.552,0	3,3	2.568,0	-2,5
Alantra Partners	165,1	-19,2	-	-	26,0	-27,8
Almirall	648,0	4,4	146,4	-19,2	10,9	-
Amper	254,9	20,8	14,8	15,1	0,6	436,4
Amrest	1.770,9	28,5	290,1	11,1	-1,2	-
Aperam	-	-	-	-	-	-
Appius Services	1.518,9	16,3	239,7	15,0	68,1	17,6
Atresmedia	654,4	-1,6	116,6	-3,1	74,8	-6,4
Audax Renovables	2.033,5	77,9	36,1	15,6	2,4	-
Berkeley Energía	-	-	-	-	-	-
CAF	2.190,0	7,7	157,0	-10,3	34,0	-40,4
Cevasa	29,2	98,4	-	-	25,9	113,0
Cie Automotive	3.032,6	23,4	495,3	14,1	235,5	14,3
Clínica Baviera	144,7	15,9	44,3	8,9	24,2	10,6
Coca-Cola Europacific	13.025,0	32,0	-	-	-	-
Dia	5.506,6	12,6	-	-	-	-



Aditya Mittal, consejero delegado de Arcelor.

ARCELORMITTAL, LÍDER

El gigante siderúrgico lidera el ranking de beneficios, con 9.000 millones, un 17% menos, por la caída de la demanda y de los precios. Le sigue Banco Santander, con un resultado récord de 7.316 millones. Sin Arcelor, el mayor ebitda fue de Repsol, que casi lo duplicó hasta 10.863 millones, por el alza del crudo. Telefónica e Iberdrola superaron los 9.500 millones.



Josu Jon Imaz, consejero delegado de Repsol.

EL SALTO DE REPSOL

La petrolera obtuvo un beneficio récord de 3.222 millones, un 66% más, por el aumento del precio de los hidrocarburos. El fabricante de acero inoxidable Acerinox duplicó las ganancias hasta una cifra récord de 741 millones por el alza de precios. Las Socimis Merlin y Colonial duplicaron con holgura sus resultados, y Solaria ganó un 85% más.

SEPTIEMBRE DE 2022

En millones de euros. Variación en porcentaje

	Facturación 2022	Variac. % 22/21	Ebitda 2022	Variac. % 22/21	Benef. neto 2022	Variac. % 22/21
Ebro Foods	2.183,3	24,6	244,9	10,7	87,1	-43,9
eDreams Odigeo (2)	307,9	78,5	34,5	77,8	-24,0	(-35,9)
Elecnor	2.518,4	20,7	209,1	19,0	70,9	16,5
Ence	787,1	33,7	207,5	141,8	67,0	-
Ercros	821,8	40,0	85,6	43,1	50,5	93,0
Ezentis	209,0	-24,9	-	-	-	-
Faes Farma	352,0	9,7	100,6	5,8	74,0	4,7
FCC	5.542,1	13,9	940,2	15,4	358,3	-6,9
GAM	166,0	35,5	43,5	45,5	4,9	4.800,0
Gestamp	7.697,0	30,9	847,0	20,8	183,0	81,2
Global Dominion	807,4	7,3	88,2	9,4	33,2	9,9
Greenergy Renovables	171,7	14,1	27,2	49,4	12,8	85,6
Grupo Catalana Occidente	4.036,0	8,5	-	-	430,6	19,3
Grupo Sanjosé	797,1	17,6	39,0	0,6	10,1	11,2
Iberpapel	230,8	40,2	16,5	-17,1	6,2	-38,0
Inmobiliaria del Sur	69,7	-15,6	13,0	-12,8	11,9	108,8
Laboratorio Reig Jofre	195,3	12,8	21,2	6,2	4,3	-16,4
Lar España	64,1	6,1	84,6	201,8	68,4	377,4
Libertas 7	9,8	-34,8	2,0	-29,7	1,4	-23,0
Línea Directa	710,7	4,1	-	-	58,3	-32,4
Lingotes Especiales	-	-	3,8	-	-	-
Logista (1)	11.462,8	6,0	383,3	3,5	198,9	14,3
Mediaset	590,5	-2,2	127,1	-16,6	116,8	2,3
Metrovacesa	351,8	5,0	34,1	16,4	16,2	63,6
Miquel y Costas	259,1	13,8	43,4	-33,3	23,4	-40,9
Montebalito	12,7	-17,1	-0,2	-	3,7	71,8
Neinor Homes	506,1	1,4	81,4	-14,9	50,8	-12,1
Nextil	39,1	-12,9	2,4	-25,0	0,1	-
NH Hotel	1.258,3	157,2	353,9	434,6	56,3	-
OHLA	2.343,9	15,5	70,3	16,6	-88,8	-
Opdenergy	52,3	73,0	34,7	213,4	11,1	-
Oryzon Genomics	11,3	46,8	-4,0	(-18,1)	-1,9	(-25,8)
Pescanova	-	-	-	-	-6,8	-
Prim	142,3	19,7	13,2	-21,4	-	-
Prisa	587,3	20,9	65,3	262,8	-28,2	(-65,5)
Prosegur	3.147,3	24,2	354,2	27,0	59,5	31,3
Prosegur Cash	1.417,4	31,0	274,7	30,7	78,0	95,0
Realia	104,1	-2,7	51,0	8,0	49,2	48,2
Renta Corporación	47,3	0,4	5,5	25,0	2,2	37,5
Renta 4 Banco	77,6	-1,6	-	-	15,3	-10,3
Soltec	403,4	115,8	8,5	-	4,5	-
Squirrel Media	58,5	2,4	10,2	40,1	8,5	37,1
Talgo	352,2	-17,5	38,5	-22,7	9,1	-56,0
Técnicas Reunidas	2.810,4	33,6	-11,2	(-91,2)	-48,6	(-68,8)
Tubacex	527,1	113,9	67,3	1.246,0	17,0	-
Unicaja Banco	1.244,0	3,3	-	-	260,0	66,7
Vidrala	1.017,0	23,9	158,9	-29,8	78,2	-37,8
Viscofan	873,4	22,8	190,6	2,7	105,1	5,4
Vocento	243,3	-2,5	10,1	-53,3	-1,3	-
Mercado Continuo sin Ibx	126.974,5	16,4	10.489,2	14,8	5.570,5	17,8
Total con el Ibx	551.519,6	27,2	74.135,7	5,3	45.289,9	-3,4

Hay una veintena de empresas cotizadas que han decidido no presentar los resultados, como es el caso de Acciona o Acciona Energía, por ejemplo. En otros casos, como Inditex, aún no lo han hecho porque tienen un ejercicio fiscal diferente. En facturación se recoge el importe neto de la cifra de negocio y en los bancos, el margen bruto. Los bancos y Mapfre no presentan ebitda (resultado bruto de explotación). En otras compañías que no ofrecen el ebitda se recoge el beneficio operativo. El resultado neto es el atribuido a la sociedad dominante. Los porcentajes de variación entre paréntesis indican un aumento o disminución de pérdidas. (1) Resultados de ejercicio fiscal completo. (2) Resultados del primer semestre fiscal. Fuente: CNMV y elaboración propia



Christian Bruch, presidente no ejecutivo de Siemens Gamesa.

GAMESA, FAROLILLO

El grupo, que será excluido de Bolsa el 14 de diciembre tras la opa de su matriz, perdió un 50% más en su último ejercicio fiscal, hasta 940 millones. Cellnex las aumentó un 76%, hasta 255 millones, por las adquisiciones, pero subió el ebitda un 45%, hasta 1.937 millones. En total, hay 11 empresas en números rojos, un 10% de las que han presentado las cuentas.

Las cotizadas ganan sólo un 3% más gracias a las firmas medianas

Incrementan sus ingresos hasta septiembre un 28% hasta los 485.261 millones

Las empresas medianas escalan en 2022 e impulsan los beneficios de las cotizadas españolas. Las compañías del mercado continuo han ganado 46.119 millones en los nueve primeros meses de 2022, un 2,6%

más que en el mismo periodo del año anterior. Mientras los *gigantes* del Ibex incrementan sus ganancias un 2,2% en este periodo, las medianas lo hacen más de un 5,3%. En total 59 firmas, de las 97 que han

presentado resultados en el tercer trimestre, han mejorado sus cifras. Concretamente, 44 han incrementado beneficios hasta septiembre, 5 han reducido sus pérdidas y 10 han abandonado los *números rojos*.

En la otra cara de la moneda, son 28 las firmas a las que el 2022 se les está haciendo *cuesta arriba*. De ellas, 24 han recortado ganancias, dos incrementan pérdidas y otras dos se han puesto en *rojo*. **PÁGS. 6 y 7**

GAM, Lar España y Melin Properties son las que más aumentan su beneficio

Resultados 9M22 de las cotizadas nacionales (millones de euros)

COMPAÑÍA	BENEFICIO 9M21	BENEFICIO 9M22	DIFERENCIA (%)	COMPAÑÍA	BENEFICIO 9M21	BENEFICIO 9M22	DIFERENCIA (%)
Acciona	No lo hace público			Catalana Occidente	392	477	21
Acciona Energía	No lo hace público			Cellnex	-145	-255	-
Acerinox	373	741	99	Cie Automotive	206	236	14
ACS	545	480	-12	Clínica Baviera	22	24	11
Adolfo Domínguez**	-15	-1	-	Coca-Cola European P.	No lo hace público		
Aedas Homes**	87	58	-33	Colonial	184	398	116
Aena	-124	499	-	Corp. Financiera Alba*	-	-	-
Airbus	2635	2568	-3	Deoleo*	-	-	-
Airtificial Intelligence*	-	-	-	Dia	No lo hace público		
Alantra Partners	36	26	-28	Duro Felguera	No lo hace público		
Almirall	-39	11	-	Ebro Foods	155	87	-44
Amadeus	-121	521	-	Ecoener	No lo hace público		
Amper	1552	979	-37	eDreams **	-92	-35	-
Amrest	27	34	29	Elecnor	61	71	16
Applus	No lo hace público			Enagás	307	353	15
ArcelorMittal	10748	9017	-16	Ence	-193	67	-
Árma	-	-	-	Endesa	1459	1651	13
Atresmedia	80	75	-6	Ercros	26	51	93
Audax Renovables	-4	2	-	Ezentis	No lo hace público		
Azkoyen*	-	-	-	Faes Farma	71	74	5
Banco de Sabadell	370	709	92	FCC	385	358	-7
Banco Santander	5849	7316	25	Ferrovial	No lo hace público		
Bankinter	355	430	21	Fluidra	221	179	-19
BBVA	3311	4842	46	GAM	0,1	5	4.800
Berkeley Energy*	-	-	-	Gestamp	101	183	81
Bodegas Riojanas*	-	-	-	Global Dominion	30	33	10
CAF	59	36	-39	Grenergy	7	13	84
CaixaBank	2022	2457	22	Grifols	269	188	-30
Total	44.930 BENEFICIO 9M21						

Fuente: elaboración propia. Notas: *Todavía no han presentado resultados **Debido a la estructura de su año fiscal se ha tomado como referencia la suma del último semestre presentado y el último trimestre del ejercicio anterior

Las cotizadas españolas ganan sólo un 3% más gracias a las firmas medianas

Destacan GAM, Lar España y Merlin, mientras que Telefónica, Talgo y Ebro son las que peor lo hacen

Incrementan sus ingresos un 28% hasta los 485.261 millones en los nueve primeros meses

Alba Pérez / María Juárez MADRID.

Las empresas medianas escalan en 2022 e impulsan los beneficios de las cotizadas españolas. Las compañías del mercado continuo han ganado 46.119 millones de euros en los nueve primeros meses de este 2022, un 2,6% más que en el mismo periodo del año anterior. Mientras los gigantes del Ibx 35 incrementan sus ganancias un 2,2% en este periodo, las medianas lo hacen más de un 5,3%.

En total 59 firmas, de las 97 que han presentado resultados en el tercer trimestre, han mejorado sus cifras. Concretamente, 44 han incre-

mentado beneficios hasta septiembre, 5 han reducido sus pérdidas y 10 han abandonado los números rojos. En la otra cara de la moneda, son 28 las firmas a las que el 2022 se le está haciendo *cuesta arriba*. De ellas, 24 han recortado ganancias, dos incrementan pérdidas y otras dos se han puesto en rojo.

Destaca por su evolución General de Alquiler de Maquinaria (GAM), que ha logrado multiplicar por 50 su beneficio, empujada por el fuerte crecimiento de todas sus líneas de negocio: alquiler a corto y largo plazo, así como el negocio de distribución, compra-venta, mantenimiento y formación.

Aena, Almirall, Amadeus, Audax, Ence, IAG, Meliá, NH, Soltec y Tubacex abandonan pérdidas

Hasta septiembre, la socimi especializada en centros comerciales Lar España ha multiplicado por cinco sus ganancias (hasta 68 millones) por la revalorización de sus activos. La siguen Merlin Properties -al ganar un 123% más (567 millones) gracias a la operación de ven-

ta de las sucursales de BBVA- e Inmobiliaria Colonial -que ha incrementado un 116% su beneficio hasta los 398 millones tras registrar un récord de contratación-.

En el ranking de las cinco que más mejoran en este periodo también de encuentra Grupo Insur, que ha duplicado su beneficio por el resultado de la toma de control de la sociedad Desarrollos Metropolitanos del Sur. Le sigue Acerinox que aumentó un 77% sus ganancias (hasta 741 millones) en un año imparable, pese a la caída de la demanda que ha tenido un impacto negativo en la producción de acero en el tercer trimestre.

Otra de las empresas que ha logrado mejorar su beneficio entre enero y septiembre de 2022 es Prosegur Cash. El aumento del 95% de responde a la mejor de todas las áreas de negocio en los mercados donde opera. La compañía tiene previsto de cara a 2023 elevar el dividendo al accionista a un 33%.

Banco Sabadell mejoró sus ganancias gracias al aumento de créditos y el efecto de las subidas de los tipos de interés, sumado a la aportación de su filial británica y a la fuerte caída de los costes y de las provisiones. Asimismo, Ercros ha logrado mejorar sus cifras un 93% al obtener un beneficio de 51 millo-

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

COMPañÍA	BENEFICIO 9M21	BENEFICIO 9M22	DIFERENCIA (%)	COMPañÍA	BENEFICIO 9M21	BENEFICIO 9M22	DIFERENCIA (%)
IAG	-2622	199	-	PharmaMar	54	43	-20
Iberdrola	2408	3104	29	Prim	No lo hace público		
Iberpapel	10	6	-38	Prom. Informaciones	-82	-28	-
Inditex*	-	-	-	Prosegur	45	51	13
Indra	115	116	1	Prosegur Cash	40	78	95
Innovative Solutions*	-	-	-	Realia	33	49	48
Insur	6	12	111	Redeia (Red Eléctrica)	551	552	0
Lar España	14	68	378	Reig Jofre	5	4	-16
Libertat 7	2	1	-23	Renta 4	17	15	-10
Linea Directa	86	58	-32	Renta Corp.	2	2	38
Lingotes Especiales	No lo hace público			Repsol	1939	3222	66
Logista	137	143	4	Rovi	99	122	23
Mapfre	524	488	-7	Sacyr	137	161	18
Mediaset	114	117	2	Sanjose	9	10	11
Meliá Hotels	-167	63	-	Siemens Gamesa	-368	-1226	-
Merlin Properties	255	567	123	Solaria	38	70	85
Metrovacesa	10	16	64	Soltec	-20	5	-
Miquel y Costas	40	23	-41	Squirrel Media	7	7	10
Montebalito	2	4	72	Talgo	21	9	-57
Naturgy	777	1061	37	Técnicas Reunidas	-157	-47	-
Naturhouse	No lo hace público			Telefónica	9335	1486	-84
Neinor Homes	61	53	-14	Tubacex	-32	17	-
NH Hoteles	-175	56	-	Tubos Reunidos	No lo hace público		
Nicolás Correa	No lo hace público			Unicaja Banco	156	260	67
Nueva E. Textil (Nextil)	No lo hace público			Urbas	No lo hace público		
Nyasa	No lo hace público			Vidrala	126	78	-38
OHLA	57,3	-88,8	-	Viscofan	100	105	5
Oryzon	-3	-2	-	Vocento	3	-1	-

46.120 BENEFICIO 9M22

3% DIFERENCIA

elEconomista

nes de euros. La compañía ha avanzado sus proyectos de diversificación, digitalización y descarbonización.

En este sentido, destacan también las diez cotizadas que abandonan las pérdidas del 2021: Aena, Almirall, Amadeus, Audax Renovables, Ence, IAG, Meliá, NH, Soltec y Tubacex.

La recuperación progresiva del Covid ha permitido a firmas como Aena, Meliá, NH, Amadeus e IAG mejorar sus resultados por el auge del sector turístico. A raíz de la guerra de Ucrania y la situación actual en el sector energético, Tubacex ha logrado mejorar su situación financiera.

En el caso de Audax Renovables entra en beneficios gracias al incremento de los precios de las materias primas. Ence ha vinculado el crecimiento de este año a la subida del precio de la celulosa y la mejora del tipo de cambio, frente a las pérdidas del año pasado ocasionadas por las provisiones tras las sentencias de la fábrica en Pontevedra.

Soltec también se ha visto favorecida por el contexto, pues a raíz del fortalecimiento de la demanda y la mejora de las condiciones de la

logística internacional ha logrado dejar atrás las pérdidas.

Las peores

El grupo de las cotizadas que más han reducido su beneficio hasta septiembre está encabezado por Telefónica. La compañía presidida por José María Álvarez-Pallete ha recortado sus ganancias un 84%, hasta los 1.486 millones, debido a las plusvalías millonarias que se anotó en 2021 por operaciones extraordinarias.

Vocento y OHLA son las dos únicas cotizadas que entran en pérdidas en este periodo

La empresa ferroviaria Talgo también ha reducido sus cifras notablemente. En total ha ganado un 57% menos por el aumento de precios de las materias primas, personal y logística. Con un dato similar, la compañía Ebro Food ha pasado de un resultado de 155 millones hasta

septiembre de 2021 a 87 millones en el mismo mes de este año. La empresa ha ganado un 44% menos por las diferencias de cambio de moneda y la pérdida generada en la desinversión de Roland Monterrat. Miquel y Costas ha reducido su beneficio un 41% y CAF un 39%. En ambos casos la inflación de la energía, las materias primas y la crisis de suministros han lastrado sus números.

En este grupo también se encuentra Iberpapel, con un descenso del 38%. Según explicó la compañía, solo en el tercer trimestre registró unas pérdidas de 1,3 millones de euros, debido a que hasta hace unas semanas las plantas de cogeneración no podían acogerse al ajuste del llamado "mecanismo ibérico", provocando la parada temporal de muchas de ellas.

El mismo recorte de ganancias se observa en el fabricante de botellas de vidrio y de cristal Vidrala (-38%). "Las renovadas tensiones en los precios del gas natural observadas durante el verano, dada su anormal intensidad, han provocado un deterioro transitorio de los márgenes en el tercer trimestre", explicó la compañía en su informe

presentado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Vocento y OHLA son las dos únicas compañías de todo el mercado continuo que entran en pérdidas. En el caso del grupo de comunicación pierde un millón de euros, impactada por la plusvalía extraordinaria obtenida en 2021 como consecuencia de la venta de la sede del Diario Vasco, la caída de las ventas de ejemplares y la discontinuación de los negocios de Net TV y Veralia.

IAG y NH son las que más incrementan ventas, con alzas del 239% y del 157%, respectivamente

En cuanto a OHLA, los números rojos rozan los 89 millones. El resultado neto se vio afectado por un ajuste realizado en el primer semestre con criterios de prudencia en el valor de Canalejas, por un efecto contable derivado de la recuperación del valor de los bonos amor-

tizados anticipadamente y por las diferencias de cambio.

Ingresan un 28% más

Destaca el aumento de los ingresos de las cotizadas españolas. En los nueve primeros meses ingresaron más de 485.261 millones de euros, casi un 28% más que en el mismo periodo del año pasado, cuando las ventas alcanzaron los 379.621 millones.

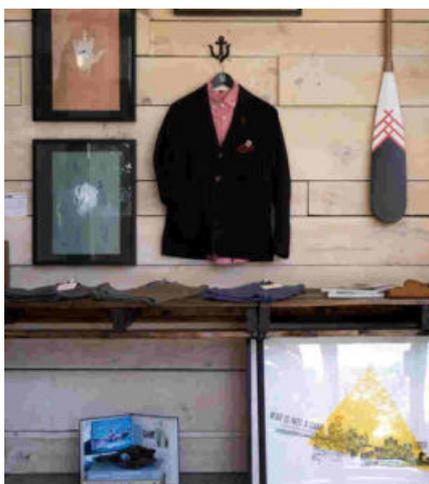
En este caso destacan las grandes del Ibx. Sus ventas superan los 378.000 millones de euros, un 32% más que en el mismo periodo del año anterior. Entre ellas, destaca IAG, que dispara sus ingresos a 239% hasta los 16.680 millones a septiembre (7.329 millones en el tercer trimestre), pese a que la capacidad desplegada está aún por debajo de los niveles pre-Covid. Le sigue NH Hoteles con un alza en su cifra de negocio del 157% en este periodo. Los ingresos totales del grupo hotelero fueron de 1.258,3 millones, ligeramente superiores a los del mismo periodo de 2019.

En este sentido, también son notables las mejoras de Meliá, eDreams, Tubacex o Naturgy, entre otras.

Las certezas del retail frente a un entorno volátil

Tribuna de Hernán San Pedro, director de Relaciones con Inversores y de Comunicación Corporativa de Lar España. El brusco aumento de la inflación durante el primer semestre del año, la rápida sucesión de subidas de los tipos de interés y la latente amenaza de una recesión en algún momento de 2023 han sido los principales obstáculos para la recuperación económica que todos esperábamos después de la pandemia.

Redacción • original



Tribuna de Hernán San Pedro, director de Relaciones con Inversores y de Comunicación Corporativa de Lar España.

El brusco aumento de la inflación durante el primer semestre del año, la rápida sucesión de subidas de los tipos de interés y la latente amenaza de una recesión en algún momento de 2023 han sido los principales obstáculos para la recuperación económica que todos esperábamos después de la pandemia. Es evidente que la invasión de Ucrania y el nuevo desorden mundial han alterado dramáticamente el suministro energético y el de buena parte de las materias primas en todo el mundo. Era inevitable que los distintos sectores e industrias se vieran afectados por la actual crisis geopolítica y económica, aunque al menos en el ámbito bursátil se ha generado cierta confusión en torno a dónde acaban los riesgos y empiezan las oportunidades, o viceversa.

En el ámbito bursátil suele hablarse del consenso del mercado o del sentimiento de los analistas. Son estados de opinión más o menos interiorizados, con un componente a menudo demasiado subjetivo. De unos años a esta parte ese palpito tan solo parece ponerse de acuerdo en no dejar demasiado bien parado al sector inmobiliario. Algo de razón hay. O puede que mucha, por supuesto. Parece evidente que el aumento de la inflación, la subida de tipos o la ralentización del crecimiento van a afectar a los distintos segmentos inmobiliarios, pero también está claro que no a todos por igual. En general, incluso cabría esperar bastante más estabilidad del ladrillo que de otros sectores de actividad.

Conviene recordar que una parte relevante del sector inmobiliario está formada por compañías consolidadas, sólidas y estables. Han demostrado ser un instrumento profesional y eficiente, además de muy necesarias para la recuperación del tejido productivo de nuestro país. En los últimos diez años, al hilo de la puesta en marcha de las socimis, el sector inmobiliario español ha completado, de hecho, una gran diversificación acompañada por una alta profesionalización. Hay compañías especialistas en los distintos segmentos, y los gestores acumulan una importante experiencia en cada uno de ellos.

Unas y otras empresas hemos sido capaces de acometer proyectos emblemáticos, reconocidos de forma unánime por su eficiencia, rentabilidad e innovación. De esa forma se ha conseguido canalizar hacia nuestro país gran cantidad de capital de todos los rincones del mundo. Los activos inmobiliarios hoy en cartera son de calidad contrastada, como certifican la constante

revalorización de los mismos durante estos últimos años, las rentabilidades obtenidas en los procesos de desinversión y la reconocida calidad y solidez de inversores, clientes finales y arrendatarios, cualquiera que sea el segmento donde se fije la atención.

Si del ámbito general de lo inmobiliario pasamos al retail en particular, es en este subsector donde parecen haberse concitado la mayor parte de los recelos. Si la ralentización se confirma, el consumo cae, los tipos suben y parte de los inquilinos puede tirar la toalla, muchos creen que los centros y parques comerciales se verán especialmente afectados. Es una intuición tan habitual como fallida en cada una de las crisis anteriores. Muy probablemente pasará igual cuando salgamos de esta, ojalá que lo antes posible. La opinión de los mercados siempre es libre y debe ser respetada, pero no siempre un estado de ánimo basta para sostener la realidad. De hecho, a lo largo de la amplia historia del retail, y prácticamente año tras año, las compañías venimos rebatiendo con hechos lo que tan solo habían sido opiniones negativas que en ningún momento han llegado a cristalizar.

Si hablamos de la pandemia, nada más empezar el confinamiento muchos expertos y analistas alertaron de que podíamos estar ante el espaldarazo definitivo para el e-commerce. Centros y parques comerciales iban a quedar inexorablemente obsoletos. La realidad es que, ante cada desescalada, la afluencia y las ventas se recuperaron en centros y parques mucho más deprisa que en cualquier otro formato comercial. Por ejemplo, en los nueve primeros meses de 2022 los 14 activos de Lar España han incrementado sustancialmente tanto las visitas como las ventas finales respecto a los mismos meses de 2019, justo antes de la pandemia. Pocos sectores han demostrado ser tan resilientes como el retail.

Después de una situación tan dramática, a los inversores les gustan especialmente los valores refugio. Y probablemente en el retail la calidad sea siempre el valor más acreditado y resiliente. Hablamos de una actividad comercial en la que siete de cada diez clientes consideran que la experiencia de compra en la tienda sigue siendo su principal factor de decisión. Ese elemento aspiracional solo pueden garantizarlo los centros y parques comerciales denominados prime, aquellos verdaderamente dominantes en áreas de elevada población y con un mix de inquilinos capaz de atraer de forma continuada a sus clientes potenciales.

Cuando hablamos de centros o parques comerciales dominantes, ese efecto llamada entre los usuarios está más que acreditado, con independencia del momento concreto en que se encuentre el consumo. Si además se trata de un activo moderno, con un mix de marcas e inquilinos de primer nivel, más fácil será trasladar esa cualificación a los distintos grupos de edad de su área de influencia. Con independencia de cuál sea el momento concreto del consumo en un momento dado, tengan la certeza de que si un inversor, sus arrendatarios y los clientes finales cuentan con esos mimbres, están alineados y son puestos en común por equipos de alta calidad, estamos de facto ante un activo comercial pujante, rentable y capaz de aportar ingresos recurrentes a largo plazo.

Lagoh enciende esta tarde su iluminación navideña

Redacción. El complejo comercial y de ocio **Lagoh** ha retrasado hasta el día 7 de diciembre el encendido navideño. Con esta iniciativa, quiere «reafirmar el compromiso del centro comercial y de sus operadores con la importancia de la buena gestión de los recursos energéticos, en especial en este momento de crisis».

original



Redacción. El complejo comercial y de ocio **Lagoh** ha retrasado hasta el día 7 de diciembre el encendido navideño. Con esta iniciativa, quiere «reafirmar el compromiso del centro comercial y de sus operadores con la importancia de la buena gestión de los recursos energéticos, en especial en este momento de crisis».

Ha reconocido que «aun sabiendo que el colorido encendido que adorna el centro comercial y sus tiendas supone un importante aliciente para aumentar las visitas, el centro comercial y todos los negocios que lo componen se han puesto de acuerdo para unirse en este esfuerzo común para transmitir un mensaje de responsabilidad».

Esta medida se suma al «permanente compromiso» que **Lagoh** viene haciendo desde su propia construcción y apertura, donde el centro comercial ha «priorizado siempre minimizar el gasto de la energía en sus instalaciones». De esta forma, para el desarrollo de las actividades propias de sus instalaciones, el sistema de uso energético de **Lagoh** se nutre de las conocidas como fuentes de energía limpias, como los paneles fotovoltaicos.

Este «uso responsable de recursos», como los de la iluminación o la gestión interior de la temperatura y la recogida de agua por parte de **Lagoh**, se realiza de forma constante a través de unas instalaciones «modernas» diseñadas para ello o «gracias a diseños como el de la cubierta verde de **Lagoh**», teniendo en cuenta, no obstante, la «necesidad de adaptarse frente a situaciones puntuales de especial relevancia», como el aumento de los grados durante los meses de verano «respetando las exigencias del Real Decreto del Gobierno central».



Estos son los ganadores de la XI Edición del Festival La Lluna

Redacción • original



Los ganadores de la XI edición del Festival La Lluna

La campaña *Principios para recuperar los principios*, de Rosebud para Confecomerç, gran premio en la XI Edición del Festival La Lluna

El [Festival de Publicidad y Comunicación Creativa de la Comunidad Valenciana, La Lluna](#), ha celebrado su **XI Edición**, batiendo récord de inscripciones anuales con cerca de 350 inscripciones de 25 agencias diferentes. El certamen, organizado por la Asociación de Empresas de Comunicación Publicitaria de la Comunitat Valenciana, Comunitat, tiene por objetivo poner en valor la **creatividad valenciana y aumentar la visibilidad de las agencias**.

La agencia del Festival ha sido **Rosebud**, con un total de 12 trofeos y el Gran Premio para la campaña *Principios para recuperar los principios*, creada para **Confecomerç**, con el fin de promocionar y fomentar la compra en el pequeño comercio de la Comunitat Valenciana. **Las agencias alicantinas Utopicum y Gettingbetter** se han alzado con 10 trofeos, seguidas de **Grupo Idex, Kids y Èxit-up**.

En cuanto a los anunciantes, la campaña *Mesa para Tres de Stoller Europe*, creada por Grupo Idex, lo ha situado como **Anunciante del Año**, mientras que otras marcas destacadas han sido **Trops, Grefusa y Dacsa**.

Esta edición de La Lluna ha contado con una nueva categoría, Ideas por un mundo sostenible, creada en colaboración con **Las Naves** con el objetivo de premiar aquellas campañas cuyo objetivo sea concienciar, sensibilizar y comunicar en favor de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Así, la campaña **Second Act de Actiu**, realizada por **Gettingbetter**, se ha alzado con el oro de esta categoría, con su propuesta para comercializar complementos y accesorios personales a partir de tejidos recuperados a los que dar una nueva oportunidad.

El jurado de esta edición ha estado formado por **Gema Arias**, directora general de Estrategia Creativa de Kitchen; **Beto Nahmad**, Executive Creative Director de VCCP; **Jaime Azurmendi**, director creativo de Cheil; **Bibiana Del Alcàzar**, directora de desarrollo de negocio de BBDO Proximity; **Sergio García**, Strategy Director de PS21; **Nacho Olazábal**, director general de Pingüino Torreblanca; **Pilar de Giles**, directora creativa de Proximity; **Amagoia Solegestoa**, manager de Publicidad, Marca y Branded Content de MasMovil; y **Jermain Romeo**, Head of Fame & Media Effectiveness de KFC.

La XI Edición de La Lluna ha contado con el apoyo de Valencia Activa y Las Naves por parte del Ayuntamiento de Valencia, Valencia Plaza, Esic Business & Marketing School, Distpublic y À Punt Media. Además, han colaborado marcas como **Montaña Estudio, Mahou San Miguel, Bodegas Arráex y Papas Lolita.**



PALMARÉS LA LLUNA 2022

Grandes Premios

Agencia Del Año: Rosebud

Gran Premio: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerç

Anunciante Del Año: Stoller Europe

Categorías Especiales

Eficacia

Lluna De Oro: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerç

Lluna De Bronce: Hoy, Huevo; De After Valencia, Para Inprovo

Ideas Por Un Mundo Sostenible

Lluna De Oro: Second Act, De Gettingbetter, Para Actiu

Lluna De Plata: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Bronce: Granel, De Utopicum, Para Bolsalea

Jóvenes Talentos

Lluna De Bronce: The Fake Box, De Noelia Sánchez, De La Escuela Brother Valencia

Lluna De Plata: Mini Maxi Series, De Miriam Burguera, De La Escuela Brother Valencia

Lluna De Oro: Specialitos, De Marta Navarro Y Esperanza Moragues, Del Ceu Universidad Cardenal Herrera

Categorías Creativas

Tv & Cine

Lluna De Oro: Alarmante, De Madresanta, Para Sector Alarm España

Lluna De Bronce: Sé Cómo Hicisteis La Última Paella, De Kids, Para Dacsa

Prensa & Revistas

Lluna De Plata: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerc

Lluna De Bronce: Sant Jordi, De Sapristi Estudio Creativo, Para Ajuntament Delx

Radio

Lluna De Oro: No Todos Los Aguacates Son Trops, De Rosebud, Para Trops

Lluna De Bronce: La Paella Terrorífica, De Kids, Para Dacsa

Gráfica Exterior

Lluna De Oro: El Piponazo Llega Al Congreso, De Èxit-Up / Starcom, Para Grefusa

Lluna De Bronce: Valla Pet Friendly, De Sapristi Estudio Creativo, Para C.C. **Portal De La Marina**

Branded Content

Lluna De Oro: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Plata: Hamstreamers, De Èxit-Up / Ps21, Para Grefusa & Kfc

Lluna De Bronce: Una Cremà Inolvidable, De La Mujer Del Presidente, Para La Fallera

Lluna De Bronce: Músicos Con Mucha Calle, De Maslow, Para Berklee Valencia

Eventos

Lluna De Oro: Pcprix, La Primera Carrera De Sillas Gaming; De Gettingbetter, Para Pccomponentes

Lluna De Bronce: Fallas Cinco Estrellas, De Maslow, Para Mahou San Miguel

Mk Promocional Y Directo

Lluna De Oro: Colecciona Retrasos, De After Valencia, Para Asociación Valenciana De Empresarios (Ave)

Lluna De Bronce: Extra De Mascletà, De Utopicum, Para Infraganti

Rrpp

Lluna De Plata: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Plata: Día Oficial De Lesmorzà, De Weaddyou, Para Amstel (Grupo Heineken)

Lluna De Bronce: Trátame Bien, De Siberia, Para Turrone Picó

Campaña Social

Lluna De Oro: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerc

Lluna De Plata: Objetos De Después, De Utopicum, Para Casaverde

Lluna De Bronce: Second Act, De Gettingbetter, Para Actiu

Estrategia De Campaña

Lluna De Oro: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Oro: Sé Cómo Hicisteis La Última Paella, De Kids, Para Dacsa

Lluna De Bronce: El Piponazo Llega Al Congreso, De Èxit-Up / Starcom, Para Grefusa

Uso Creativo De Los Medios

Lluna De Oro: Broncano, Los Gublins Son Veganos, De Èxit-Up, Para Grefusa

Lluna De Bronce: Hoy, Huevo; De After Valencia, Para Inprovo

Social Media

Lluna De Plata: El Árbol De La Paz, De Èxit-Up, Para Grefusa

Lluna De Bronce: La Paella Terrorífica, De Kids, Para Dacsa

Influencia & Prescripción

Lluna De Oro: Hamstreamers, De Èxit-Up / Ps21, Para Grefusa & Kfc

Insight

Lluna De Oro: Espejito, Espejito, De Kids, Para Bruñó

Lluna De Plata: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Bronce: Granel, De Utopicum, Para Bolsalea

Lluna De Bronce: El Piponazo Llega Al Congreso, De Èxit-Up / Starcom, Para Grefusa

Sonido Y Música

Lluna De Oro: No Todos Los Aguacates Son Trops, De Rosebud, Para Trops

Lluna De Plata: La Nana Del Verano, De Utopicum, Para Happyfriday

Lluna De Bronce: Las Fallas Son Más Fallas Cuando Nos Encontramos, De Maslow / Utopicum, Para Mahou San Miguel

Audiovisual En Soportes Digitales

Lluna De Plata: Espejito, Espejito, De Kids, Para Bruñó

Lluna De Bronce: Sé Cómo Hicisteis La Última Paella, De Kids, Para Dacsa

Campaña Integral

Lluna De Oro: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerc

Lluna De Plata: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Plata: Colecciona Retrasos, De After Valencia, Para Asociación Valenciana De Empresarios (Ave)

Categorías Craft

Branding

Lluna De Oro: Carne De Pueblo, De Utopicum, Para Arrrea

Lluna De Plata: Second Act, De Gettingbetter, Para Actiu

Lluna De Bronce: La Pizza Que La Haga Rita, De Gettingbetter, Para Rita

Producción Audiovisual

Lluna De Oro: Mesa Para Tres, De Grupo Idex, Para Stoller Europe

Lluna De Plata: Aguacate Trops, De Rosebud, Para Trops

Lluna De Bronce: Sé Cómo Hicisteis La Última Paella, De Kids, Para Dacsa

Animación

Lluna De Plata: Hoy, Huevo; De After Valencia, Para Inprovo

Lluna De Bronce: Aguacate Trops, De Rosebud, Para Trops

Ilustración

Lluna De Oro: Comprar Cerca Nos Acerca, De Siberia, Para Ayto. València

Lluna De Oro: Designed In La Terreta, De Gettingbetter, Para Actiu

Lluna De Plata: La Gran Retención, De Gettingbetter, Para Actiu

Lluna De Bronce: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerc

Lluna De Bronce: En La Senda Verde, De Gettingbetter, Para Ajuntament Delx

Fotografía

Lluna De Oro: Cocina En Primera Línea De Mercado, De Utopicum, Para Open

Lluna De Plata: Anfitriones, De Kids, Para Chocolates Pancraccio

Lluna De Bronce: Foodpairing, De Maslow, Para Supermercados Consum

Diseño Editorial

Lluna De Plata: Inversos, De Grupo Idex, Para Uniacords

Lluna De Bronce: La Gran Retención, De Gettingbetter, Para Actiu

Copy

Lluna De Plata: Tecas, De Gettingbetter, Para Targobank

Lluna De Bronce: Sant Jordi, De Sapristi Estudio Creativo, Para Ajuntament Delx

Lluna De Bronce: Principios Para Recuperar Los Principios, De Rosebud, Para Confecomerc

Packaging

Lluna De Oro: Carne De Pueblo, De Utopicum, Para Arrea

Lluna De Oro: Esto Es Milkfulness, De Aboutblank / Enne Estudio, Para Leche Celta

Lluna De Plata: La Pizza Que La Haga Rita, De Gettingbetter, Para Rita

Dirección De Arte

Lluna De Oro: Carne De Pueblo, De Utopicum, Para Arrea

Lluna De Plata: Anfitriones, De Kids, Para Chocolates Pancraccio

Lluna De Bronce: El Secreto Del Mango Más Mango, De Rosebud, Para Trops

Diseño De Espacios

Lluna De Oro: Showroom Gómez Grau, De Trumbo Agencia Creativa, Para Gómez Grau

Lluna De Bronce: Aster Fields, De Aboutblank / Clap Studio, Para Septiembre

Estos son todos los ganadores del [Festival de La Luna](#).

El Gran Vía de Vigo repartirá 5.000 en premios esta Navidad a través de un juego de habilidad

Tras el acto de encendido de su iluminación navideña, el Centro Comercial Gran Vía de Vigo arranca ya de forma definitiva su temporada navidena a lo grande, según explican desde la dirección del espacio comercial. Para ello, han preparado diferentes actividades y propuestas, entre las que se incluyen más de 5.000 euros en premios.

Metropolitano • original



GRAN VÍA DE VIGO

Tras el **acto de encendido de su iluminación navideña**, el Centro Comercial Gran Vía de Vigo arranca ya de forma definitiva su temporada navidena a lo grande, según explican desde la dirección del espacio comercial. Para ello, han preparado diferentes actividades y propuestas, entre las que se incluyen más de 5.000 euros en premios.

Así, este año nace el **Gran Vía Gift**, una iniciativa que se presentará en la planta 1 (al lado de Oysho) los días 9, 10, 11, 16, 17 y 18 de diciembre. De 17:00 a 20:00 horas los clientes del centro comercial podrán **participar gratis en un juego de habilidad en el que habrá más de 5.000 euros en premios** seguros (hasta agotar existencias). El único requisito será ser socios del Club de los Disfrutones.

Además, **Papa Noel hará también parada en el Gran Vía, y lo hará con sorpresas**. Directamente llegado de Laponia, Santa Claus sorprenderá a todos los pequeños y pequeñas de la ciudad visitando el centro comercial los días 21, 22 y 23 de diciembre de 17:00 a 20:00 horas y el día 24 de 11:30 a 13:30 horas. En su visita, Papá Noel entregará un regalito sorpresa a los más pequeños que lo visiten. No habrá que reservar cita previa ya que se dispondrá de una fila organizada por estricto orden de llegada.

Por último, **la solidaridad estará presente en la programación**. Hasta el 22 de diciembre se mantendrá abierto el punto de recogida de juguetes (junto a la zona de información en la planta 0) para donarlos a la campaña Cada niño un juguete. Además, del 12 al 17 de diciembre el mostrador solidario recogerá alimentos navideños no perecederos en favor de Aldeas Infantiles.

Desde el centro recuerdan que, como la mayoría de grandes superficies, **en el mes de diciembre las tiendas del centro comercial estarán abiertas todos los domingos**. También estarán abiertas el martes 6 y el jueves 8 de diciembre.

La magia de la Navidad inunda el centro comercial **Las Huertas**

Con propuestas que van desde sorteos, pases personalizados con Papá Noel y sus Majestades de Oriente hasta talleres familiares sobre cómo crear decoraciones navideñas a partir de materiales reciclados. Recuperar la magia de la Navidad en el espacio comercial y trasladarla a los hogares para el disfrute de la familia es el objetivo con el que el centro comercial **Las Huertas** pone en marcha una completa programación de actividades en estas fechas tan especiales.

original

Comercio

Con propuestas que van desde sorteos, pases personalizados con Papá Noel y sus Majestades de Oriente hasta talleres familiares sobre cómo crear decoraciones navideñas a partir de materiales reciclados.



La magia de la Navidad inunda el centro comercial **Las Huertas** | Las Huertas

Recuperar la magia de la Navidad en el espacio comercial y trasladarla a los hogares para el disfrute de la familia es el objetivo con el que el **centro comercial Las Huertas** pone en marcha una completa programación de actividades en estas fechas tan especiales. Las iniciativas, con un fuerte componente emocional, están dirigidas a todos los miembros de la familia: niños, jóvenes y adultos. Música, innovación, sostenibilidad y compromiso social: los ejes principales de la campaña.

Música, innovación, sostenibilidad y compromiso social:

los ejes principales de la campaña El centro comercial **Las Huertas** ha creado en **Spotify** una <https://open.spotify.com/playlist/2QX1B36TJYd1bZDEacRnqn> que recopila los villancicos más icónicos con un enfoque acústico. Igualmente, y, conscientes de los beneficios que tiene la música en los más pequeños, ha seleccionado un repertorio específico para bebé <http://bit.ly/3ESaxqjs> que incluye una versión melódica de villancicos y ruidos blancos, y que está pensada para que lo más pequeños de la casa puedan conciliar el sueño fácilmente.

En lo que respecta a innovación, se ha diseñado un original juego digital relacionado con la Navidad que estará disponible desde el perfil de **Instagram @cclashuertas**. Del mismo modo, el resto de canales digitales (web, RRSS) también se han inundado de esta magia y lucen



Medio	Onda Cero
Soporte	Prensa Digital
U. únicos	102 776
Pág. vistas	310 767

Fecha	02/12/2022
País	España
V. Comunicación	8 089 EUR (8,507 USD)
V. Publicitario	2303 EUR (2422 USD)



https://epservices.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=8827&comps_id=823617912

una estética especial. Incluso, el logo del centro se ha personalizado con la temática navideña. Pero, realmente, el momento más especial de este periodo se producirá con la llegada de Papá Noel desde el 16 de diciembre y sus Majestades de Oriente desde el 27 de diciembre, 2 pues, gracias a la colaboración del centro **Las Huertas** y sus pajes, se ofrecerán pases personalizados y los más pequeños tendrán la oportunidad de compartir una distendida charla y vivir una experiencia personalizada.

Para **Cristina Tejerina**, gerente del centro comercial **Las Huertas**, con esta completa variedad de actividades navideñas, con la música que la evoca, el compromiso social queremos recuperar la magia de la Navidad tanto en nuestro propio espacio comercial como en los hogares de las personas que nos visitan. Nuestro deseo es que el espíritu de estas fechas esté muy presente.

□
La magia de la Navidad inunda el centro comercial Las Huertas | Las Huertas

3ª edición del Salón del Inversor: El potencial de las cotizadas españolas

Redacción / Estrategias de Inversión • original



Gracias a este espacio, los inversores pueden acercarse a los diferentes sectores y compañías que agrupa el mercado español. Tecnología, sostenibilidad, seguridad o inmobiliario son algunos de los temas que contempla esta 3ª edición del Salón del Inversor de la mano de expertos y analistas, como María Mira, analista fundamental o Susana Burgos, periodista especializada en economía y empresas.

Además, esta nueva entrega se distribuye en tres grandes bloques pertenecientes a los tres mercados españoles: Ibex 35, Mercado Continuo y BME Growth, con la colaboración de compañías cotizadas de gran relevancia en el escenario económico.

El IBEX 35 es el índice selectivo español y la meta a la que todas las compañías cotizadas en la bolsa española quieren llegar. Son las 35 compañías líderes por capitalización y liquidez y en los últimos años además se ha modernizado con una mayor diversificación sectorial muy interesante.

[Acceda mediante este enlace al contenido completo de las compañías cotizadas en el Ibex 35 que han participado en esta tercera edición del Salón del Inversor.](#)

La gran revolución de las redes móviles 5G está aún por llegar

Objetivos de Naturgy en materia de sostenibilidad

Planes de crecimiento 2023

En el Mercado Continuo encontramos compañías de gran capitalización que están a un paso de llegar al selectivo y compañías de mediana y pequeña capitalización a las que todavía le queda recorrido en este mercado. Encontramos buenas oportunidades, negocios con fuerte potencial, dinámicos, bien financiados, con capacidad de crecimiento a medio/largo plazo y que están creando valor trimestre a trimestre.

[Acceda mediante este enlace al contenido completo de las compañías cotizadas en el Mercado Continuo que han participado en esta tercera edición del Salón del Inversor.](#)

Inmobiliario, un sector lleno de oportunidades.

(Grupo Insur, Inversa Prime, Lar España, Renta Corporación y Silicius)

BME Growth, un mercado en el que podemos encontrar grandes oportunidades de inversión con un horizonte de largo plazo bajo una estrategia que consistirá en entrar en estos valores en sus primeros pasos de crecimiento y acompañarlos en su desarrollo y camino hacia el Mercado Continuo.

Acceda mediante este enlace al contenido completo de las compañías cotizadas en BME Growth que han participado en esta tercera edición del Salón del Inversor.

Salir a bolsa, una estrategia de crecimiento.

(BME, Bankinter Investment, CNMV, IR Capital y VGM Advisor Partners)

Casos de éxito en BME GROWTH.

(EiDF Solar, Gigas e Izertis)

Últimas salidas a bolsa BME GROWTH.

(Axon Partners y Umbrella Solar)

Plan estratégico: Modelo de negocio y evolución.

Agilizar las comunicaciones empresariales con soluciones de voz integradas.

Puede acceder al contenido completo de la 3ª edición del Salón del Inversor organizado por Estrategias de Inversión a través de este enlace.



Naturgy



ROVI
Pharma Industrial Services

ORGANIZA: **Ei** ESTRATEGIAS
de INVERSIÓN

INMOBILIARIO, UN SECTOR LLENO DE OPORTUNIDADES

MODERA LA MESA: **SUSANA BURGOS** | Periodista especializada en economía y empresas. Consultora de comunicación.



FRANCISCO PUMAR
Director General
de Insur



ENRIQUE ISIDRO
Vicepresidente de
Inversa Prime



HERNÁN SAN PEDRO
Director de Relaciones
con Inversores y
Comunicación Corporativa
de LAR ESPAÑA



JOSÉ MARÍA CERVERA
Director general
corporativo de
Renta Corporación.



JUAN DIAZ DE BUSTAMANTE
Director General
de Silicius

 **PROSEGUR**
PROSEGUR
CASH

EN EL
PUNTO 
DE MIRA



ORGANIZA:  **ESTRATEGIAS**
de INVERSIÓN

SALIR A BOLSA, UNA ESTRATEGIA
DE CRECIMIENTO PARA LAS EMPRESAS

MODERA LA MESA: **LAURA GUZMÁN** | Periodista especializada en economía financiera y bursátil.

BME Growth

JESÚS GONZÁLEZ

Gerente de
BME Growth

**bankinter
investment**

ALFONSO PASTOR

Director de Mercados
de Capitales de
Bankinter Investment

CNMV
Comisión
Nacional de
Mercados
de Valores

JORGE PEREIRO

Director del Departamento
de Mercados Primarios
de la CNMV

ir capital

CORI PELLICER

Consejera Delegada
de IR Capital

VGM | Advisory
Partners

GERARDO TORRES

Managing Partner de
VGM Advisory Partners

ORGANIZA: **Ei** ESTRATEGIAS de INVERSIÓN

BME GROWTH: CASOS DE ÉXITO

MODERA LA MESA: **ESTHER CHAPA** | Periodista económica de Estrategias de Inversión

PARTICIPAN:



FERNANDO ROMERO
CEO DE EIDF SOLAR

gigas

DIEGO CABEZUDO
CEO Y CONFUNDADOR DE GIGAS

izertis

PABLO MARTÍN
PRESIDENTE Y FUNDADOR DE IZERTIS

ORGANIZA: **Ei** ESTRATEGIAS de INVERSIÓN

ÚLTIMAS SALIDAS A BOLSA BME GROWTH

MODERA LA MESA: **LAURA GUZMÁN** | Periodista especializada en economía financiera y bursátil.

PARTICIPAN:



FRANCISCO VELÁZQUEZ
Presidente ejecutivo y
managing partner de Axon Partners



ENRIQUE SELVA
CEO y fundador de
Umbrella Solar



Medio	Estrategias de Inversión	Fecha	02/12/2022
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	37 679	V. Comunicación	4 125 EUR (4,338 USD)
Pág. vistas	2 679 492	V. Publicitario	1347 EUR (1416 USD)

