

Autoescuelas

hoy-voy se sobrepone al Covid-19 y cierra 2020 facturando 14 millones

La cadena de autoescuelas hoy-voy ha conseguido sobrepone a la crisis ocasionada por la pandemia del coronavirus y cerró 2020 abriendo tres nuevas autoescuelas, la de Pamplona, la de Palma y la de Vilanova y la Geltrú. Las dos últimas se inauguraron durante el segundo semestre del año, una vez la cadena pudo retomar sus planes de expansión después del parón forzado de la primavera pasada. A lo largo de 2020, la marca llegó a los 34 centro re-

partidos por toda España, cifra que este mes de enero ya se incrementará hasta los 35 con la apertura de un nuevo centro en León.

Pese a lo complicado del año pasado, hoy-voy consiguió cerrar 2020 con una facturación de 14 millones de euros, una cifra similar a la del año anterior. Durante 2021, la firma prevé seis nuevas aperturas y facturar 18 millones de euros.

La nueva movilidad

El BCL se incorpora al Mobility Institute para investigar la movilidad

Barcelona-Catalunya Centre Logístic (BCL), la asociación que trabaja por la mejora de la competitividad y la promoción de Catalunya como base logística euromediterránea, se ha incorporado al Mobility Institute, la plataforma de investigación creada por el RACC y Deloitte, que analiza las nuevas tendencias y modelos de movilidad. Este acuerdo responde a la apuesta de BCL para fomentar la movilidad y la sostenibilidad asociada a la actividad lo-

gística del territorio, así como para promocionar acciones de innovación que puedan ayudar a las empresas del sector a ser más competitivas y eficientes, económicamente y medioambientalmente, aprovechando el potencial que ofrecen las nuevas tecnologías para la transformación de las empresas del sector logístico en los diferentes segmentos de su actividad. El Mobility Institute es una plataforma de entidades públicas y privadas.

Moda

Blue Banana llegará a Catalunya con una tienda física en BCN en 2021

La firma de moda española, Blue Banana, que cerró el año pasado con una facturación de más de cuatro millones de euros, un 170% más que el año anterior, prevé llegar a Catalunya durante este año 2021. Tras la reciente apertura de su primera tienda física, localizada en el centro de Madrid, Blue Banana continúa su estrategia omnicanal en este 2021, ya que entre sus objetivos está la apertura de tiendas físicas en Sevilla y Barcelona, así como la pre-

sencia en espacios físicos de El Corte Inglés. Además, la marca pretende reforzar su estrategia online con la expansión internacional de su comercio electrónico, llegando a países como Alemania, Francia, Italia y Holanda. Aunque la firma está especializada en la comercialización de sudaderas y camisetas, también cuenta con una línea de ropa técnica de esquí y producción *kids*. Durante este nuevo año van a seguir diversificando el producto.

Expansión nacional

GM Food abrió 42 nuevas franquicias el año pasado

GM Food, compañía referente en el sector de la distribución alimentaria, terminó 2020 con 95 nuevos supermercados franquiciados repartidos en 13 Comunidades Autónomas, 42 de ellos están ubicados en Catalunya: 25 Proxim, doce Suma y cinco Spar, generando la creación de 138 empleos y un aumento de 7.160 metros cuadrados de superficie de sala de ventas. El resto de supermercados, 38 Suma y 15 Proxim, están localizados en Andalucía, la Co-

munidad Valenciana, Baleares, Madrid, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Canarias, Asturias, Euskadi, Galicia y Navarra. En línea con su plan de crecimiento, durante el pasado 2020 GM Food inauguró sus primeros supermercados Suma en Galicia y Asturias, enseña con la que hasta la fecha no tenía presencia. La compañía destaca los buenos resultados conseguidos en la apertura de franquicias en un año difícil marcado por la pandemia.