

Expansión premia a las pymes

En la sexta edición de los Premios Pyme, organizados por el diario económico e Ifema, con el apoyo de Orange y Bancaja, se reconoce la labor de ocho compañías que han destacado por sus políticas empresariales en tiempos difíciles.

Expansión, Madrid

No hace falta ser una multinacional para tener grandes ideas capaces de levantar grandes negocios. Por eso, EXPANSIÓN e Ifema, con el apoyo de Orange y Bancaja, han organizado la sexta edición de los Premios Pyme, cuyo objetivo no es otro que reconocer la contribución que desde las pequeñas y medianas compañías se hace al desarrollo económico y empresarial del país.

No en vano, este colectivo supone más del 60% del Producto Interior Bruto (PIB) y cerca del 90% del empleo privado en España, de ahí que los organizadores del certamen hayan decidido incorporar este año una nueva categoría para premiar a la mejor iniciativa en Creación de Empleo, que ha recaído sobre la empresa fabricante de joyas Argyor.

Los galardones recorren la filosofía del *management* moderno y ponen nombre y apellido a aquellas prácticas empresariales que desde el anonimato que supone ser un pequeño empresario son al mismo tiempo sinónimo de éxito en el mundo de los negocios y modelo a seguir por quienes algún día se atreverán a empezar su propia aventura empresarial.

Galardonados

Desde autónomos que levantaron su propia empresa recorriendo las calles de su ciudad montados en una bicicleta hasta la bodega menos contaminante del mundo, pasando por firmas que organizan un rally solidario a Mali, empresas familiares que exportan desde un rincón de España a medio mundo o pequeñas empresas que desarrollan tecnología *made in Spain* a la que ni siquiera Google se puede resistir. A partir de la próxima semana, cada martes, EXPANSIÓN publicará un reportaje con cada una de estas fascinantes historias.

Entre un centenar de compañías finalistas, el jurado ha seleccionado a ocho ganadores repartidos en seis categorías: Medio Ambiente, Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Creación de Empleo, Innovación Tecnológica, Internacionalización y Mejor Emprendedor, con doble reconocimiento en estas dos últimas categorías.

Bodegas Regalía de Ollauri ha sido seleccionada en el apartado de Medio Ambiente



Entrega de los galardones de la V edición de los Premios Pyme en la sede de Unidad Editorial.

LOS GALARDONADOS

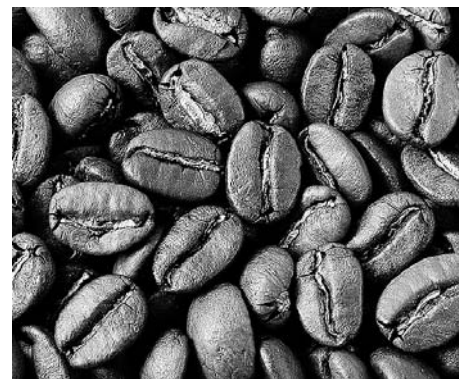
- Bodegas Regalía de Ollauri
Medio Ambiente
- Marron Glacé José Posada
Internacionalización
- Grupo Paloma
Internacionalización
- Espresso Balear
Mejor Emprendedor
- Domo Electra
Mejor Emprendedor
- Rutas y Retos
Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
- Madpixel
Innovación
- Argyor
Creación de empleo

por el uso de la geotermia en la elaboración de sus vinos; Rutas y Retos ha destacado en la integración de políticas de RSC en su estrategia de negocio; la tecnología interactiva de Madpixel le ha valido el reconocimiento en el área de Innovación; en la categoría de Internacionalización, han sido premiados Grupo Hortofrutícola Paloma y a Marron Glacé José Posada, por su capacidad a la hora de situar los alimentos españoles en las mesas de todo el mundo; Manuel Jesús Amate, de Domo Electra Telecomunicaciones, y Francisco Javier Sánchez, de Espresso Balear, han sido seleccionados en el apartado de Mejor Emprendedor como ejemplos de que en una crisis siempre hay oportunidades.

Mejor Emprendedor

FRANCISCO JAVIER SÁNCHEZ - ESPRESSO BALEAR POR CADA DESPIDO, UNA NUEVA EMPRESA

Tras siete años con un empleo fijo, en octubre de 2008 la crisis llegó a la empresa donde trabajaba Francisco Javier Sánchez, que sufrió en sus propias carnes las consecuencias de un expediente de regulación de empleo (ERE). Esa situación, lejos de desanimarle, le sirvió como el empujón que le faltaba para hacer realidad uno de sus sueños: crear su propia empresa. Once días después de ser despedido, este emprendedor se acercó a una asociación de jóvenes empresarios y empezó a preparar un plan de empresa. Una visita a una feria y, un mes más tarde, ya tenía concertada la primera entrevista con una compañía para convertirse en el distribuidor en exclusiva para Baleares de Café Arabo. Una visita a la Ventanilla Única Empresarial y nació, el 13 de noviembre de 2008, Espresso Balear en la venta y distribución de cafeteras de cápsulas, además de *vending*, tanto en el sector doméstico como en el profesional.



MANUEL J. AMATE - DOMO ELECTRA TELECOMUNICACIONES UN EMPRENDEDOR DIVERSIFICADO

Desde que desmontó su lámpara de estudio, Manuel Jesús Amate supo que su vida profesional estaría ligada al mundo de la electrónica. Tras terminar sus estudios, empezó a trabajar en un centro comercial como técnico de mantenimiento. Allí estuvo dos años, hasta que sus ambiciones por convertirse en su propio jefe se impusieron. En 2004, se dio de alta como autónomo por primera vez. Recuerda lo difíciles que fueron los primeros pasos, cuando todo su empeño consistía en poder pagar la cuota para seguir dado de alta. Así empezó, con una bicicleta y una mochila llena de herramientas y sus visitas a los almacenes de material para poder cumplir con los trabajos que le iban encargando. Poco a poco, el negocio creció, obtuvo el carné de instalador electricista con la categoría de especialista y fundó Domo Electra Telecomunicaciones. Ahora, acaba de fundar un negocio de bicicletas publicitarias.



Internacionalización

MARRON GLACÉ JOSÉ POSADA LAS CASTAÑAS DE GALICIA CONQUISTAN JAPÓN

La internacionalización sigue siendo una asignatura pendiente en la mayoría de las pymes, pero no en el caso de Marron Glacé José Posada, que aprueba en esta materia con sobresaliente. En 1955, José Posada Torres comenzó a exportar castañas gallegas a Brasil. Ahora, la actividad de esta compañía se ha diversificado a otros ámbitos de la gastronomía gallega y, además de castañas, también elabora y comercializa grelos, mirabeles o almendrados. Desde 1968, los productos de esta compañía de origen familiar están presentes en Japón, uno de sus principales mercados, aunque está presente en todo el mundo y exporta, entre otros, a países como Canadá, Rusia, Australia, China o Corea del Sur, además de a una gran parte de países europeos. Considerada como una empresa *gacela* por su rápido crecimiento, la firma, con más de medio centenar de productos en su cartera, acaba de llegar a un acuerdo estratégico transfronterizo con una compañía portuguesa especializada en el pelado a fuego y venta de castañas congeladas para compartir sus canales de distribución, no sólo en la Península, sino también en el Viejo Continente. En el último año, Marron Glacé participó en ferias y misiones comerciales por todo el mundo, desde Oporto, hasta Angola, pasando por México, Düsseldorf (Alemania), París o Moscú.



GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA A LA CONQUISTA DE NUEVOS MERCADOS

Grupo Hortofrutícola Paloma, con sede en Mazarrón (Murcia), es una empresa familiar que comenzó su andadura hace cuatro décadas en el sector hortofrutícola. En una primera etapa, la compañía vendía sus productos exclusivamente en el mercado nacional, hasta que se dio cuenta de las posibilidades que ofrecía hacer llegar sus productos a toda Europa. En la actualidad, Grupo Paloma produce y comercializa más de 100.000 toneladas de frutas y hortalizas al año, y es líder en la exportación nacional de tomate y uva roja sin semilla. Constituido por seis empresas dedicadas a la producción, recolección, manipulado, envasado y comercialización de productos, el grupo murciano ha sido distinguido, por su trayectoria en el extranjero, con el Premio Pyme a la Internacionalización, otorgado por EXPANSIÓN e Ifema, con la colaboración de Bancaja y Orange. Con una facturación anual que ronda los 100 millones de euros y una plantilla de 2.500 trabajadores, Grupo Hortofrutícola Paloma cuenta con una superficie de más de 1.000 hectáreas de invernaderos, ubicadas principalmente en Murcia. Centrada en la producción de tomate, uva, melocotón, granada y nectarina, la empresa tiene un volumen de producción que supera las 120.000 toneladas, de las que un 90% se distribuye a mercados extranjeros, principalmente europeos. Grupo Hortofrutícola Paloma tiene tres almacenes en Murcia.



Creación de Empleo

ARGYOR TRADICIÓN JOYERA EN EL SIGLO XXI

Argyor, galardonada con el Premio Pyme a la Creación de Empleo, es una empresa con un capital social de tres millones de euros que fabrica joyas desde 1954. La compañía, que da empleo a 120 trabajadores, tiene una filosofía de negocio basada en cuatro características: diseño, calidad, precio y servicio. Para Argyor, el primer rasgo es lo que determina el valor y prestigio de una marca, una identidad y un signo de distinción. Además de preocuparse por la calidad del producto y por hacerlo accesible, la compañía cuenta con un almacén de servicio rápido, que permite reducir el tiempo de entrega al cliente. Entre cartera de productos que Argyor pone a disposición del público, destacan alianzas, placas, medallas religiosas y productos infantiles, así como cadenas, pulseras y conjuntos. Para la compañía, la innovación es una de las piedras angulares de su negocio. Así, tras su éxito en Estados Unidos, la compañía presentó el año pasado en España su línea *Siamo*, que incluye por primera vez una alianza con los colores del arco iris, y *Siamo Bronzo*, una línea de bronce chapado en oro rosa, con colgantes en forma de moneda inspirados en ángeles y en culturas extranjeras como la romana, la inca y la japonesa. La empresa también diseña y distribuye la joyería infantil de Imaginarium, formada por pulseras y pendientes en plata esmaltada y oro.



Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

RUTAS Y RETOS UN RALLY SOLIDARIO CON DESTINO A MALI

Ganar dinero y acercarse al modelo de empresa social que propone el Premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus, padre de los microcréditos, no está feñido o, por lo menos, eso es lo que demuestra el modelo de negocio de Rutas y Retos, que no sólo ha interiorizado sus políticas de responsabilidad social corporativa en la compañía, sino que las ha integrado en su estrategia de negocio de tal forma que sus productos, además de ser rentables empresarialmente, son solidarios. Cada verano y cada Navidad, la compañía organiza una iniciativa conocida como Rally a Mali, una aventura solidaria con destino al sexto país más grande de África. El viaje comienza en España y, a lo largo de dos semanas, se desarrolla por Marruecos y Mauritania, hasta llegar a Mali. Por el camino, los participantes pueden colaborar con diferentes ONG y el proyecto también cuenta con el apoyo de empresas privadas e instituciones públicas. Los participantes en este rally disfrutan de unas vacaciones diferentes, mientras que la población local de Mali se beneficia no sólo de la actividad generada por el paso de los visitantes, sino que también reciben ayuda humanitaria, recursos para la construcción de una escuela, además de la donación de 15 vehículos a diferentes familias con el compromiso de atender a cualquier persona del pueblo que necesite el traslado a un centro hospitalario.

Innovación tecnológica

MADPIXEL EL SOCIO ESPAÑOL DE GOOGLE

Que un gigante como Google no sólo se interese por la tecnología de una empresa española, sino que además, compre sus productos y repita la experiencia con nuevos encargos no es ciencia ficción, sino una realidad muy nítida para Madpixel. Fundada en 1999, esta compañía, especializada en desarrollar aplicaciones multimedia fue la encargada del proyecto *Las 14 obras maestras del Prado en Google Earth*, una iniciativa que permite que cualquier persona con un ordenador pueda visitar las obras más emblemáticas del museo español con una calidad que a simple vista sería imposible incluso estando delante de la versión original del cuadro. ¿Y si alguien quiere conocer su futuro? Madpixel desarrolló para la campaña de comunicación de la serie de televisión *Flash Forward* una aplicación en Internet que simulaba adivinar lo que los usuarios estarían haciendo en los próximos minutos. Aunque sin duda, su gran adelanto ha sido el desarrollo pionero interactiva de un sistema de vídeo online interactivo, que permitirá a un buscador indexar vídeos e imágenes como si de texto se tratara, pero también abre un mundo de posibilidades a la comercialización de los productos o servicios que aparecen en cualquier vídeo, en el que se puede esconder cualquier tipo de información sobre las personas o los artículos que en él aparecen.

Medio Ambiente

BODEGAS REGALÍA DE OLLAURI LOS VINOS MENOS CONTAMINANTES DEL PLANETA

Bodegas Regalía de Ollauri, con una producción de 500.000 botellas al año, ha sido una de las primeras compañías del sector en todo el mundo en utilizar la energía procedente de la tierra, la geotermia, para la producción de sus vinos, por lo que su proceso de elaboración se ha convertido en uno de los menos contaminantes del planeta. Gracias a este proyecto, que consiste en aprovechar la energía que almacena bajo la superficie de la tierra en forma de calor, la bodega ha conseguido reducir el consumo eléctrico en un 80% y, por tanto, también las emisiones de dióxido de carbono en la misma medida. La compañía tiene sus instalaciones en un terreno en el que, a 100 metros de profundidad, mantiene una temperatura constante durante todo el año, que oscila entre 14 y 18 grados centígrados. Para la instalación del sistema geotérmico, se realizan pequeñas perforaciones en el terreno hasta formar un circuito cerrado por donde fluye el agua que capta el calor de la tierra. El líquido se utiliza para adaptar la temperatura del resto de instalaciones de la bodega, manteniendo un ambiente estable a lo largo de todo el año sin tener que utilizar bombas de aire de calor o frío. La bodega ha recuperado, para su comercialización, la marca centenaria *Marqués de Terán*.

LOS RETOS DE LAS PYMES

Con el patrocinio de Orange y Bancaja

No confíe ni en su antivirus

La información es el activo más valioso de una empresa. Se calcula que dos de cada cinco empresas no sobreviven a un desastre informático. Para remediarlo, es necesario un plan de contingencia, herramientas de software y mucha prudencia.

Expansión. Madrid

No son frecuentes las caídas del fluido eléctrico, los incendios o las inundaciones, no así las pérdidas de datos por parte de los empleados y los ataques informáticos perpetrados por *hackers*. Para salvaguardar la información contable y de clientes y, en general, todos los datos que definen un negocio, es necesario contar con un plan centralizado de contingencia. Algunos estudios afirman que dos de cada cinco empresas no sobreviven a un desastre informático.

El primer paso en la ejecución de un plan de resolución de desastres es la implantación de tecnologías que garanticen la confidencialidad y el almacenamiento seguro de la información. Primero, a través de un servicio de copia de seguridad o *backup*. Existe una amplia variedad de *backups* online desde cero euros, como Axarnet (tubackup.net) o Docoom. También son indispensables los

software de seguridad antivirus y *antifirewall*. Se estima que existen cerca de 30.000 páginas web infectadas cada día por distintos tipos de *malware*. Algunas compañías, como Microsoft y Panda Security, ofrecen versiones sencillas de estos programas de manera gratuita, si bien las aplicaciones más completas rondan entre los 30 y 50 euros anuales.

Desde la compañía de seguridad informática Trend Micro advierten de un aumento de falsos antivirus en la Red. "Son programas vacíos; aunque dicen haber eliminado un número de virus, en realidad no hacen nada", asegura David Sancho, investigador *antimalware* de Trend Micro. Los *hackers* envían un correo electrónico avisando al usuario de su supuesta necesidad de actualizar el falso antivirus. Una vez que el usuario hace clic en el link, ha caído en la trampa. "Otra manera es entrar en el PC de la víctima



Un virus puede echar al traste la operatividad de una empresa.

Abunda en la Red un nuevo tipo de fraude que consiste en la venta de falsos programas antivirus

través de una cadena de ataques, haciendo del equipo del usuario parte de una cadena de amenazas online", dice.

Un falso antivirus, además de no funcionar como es debido, es sintomático de un problema mayor: "Los ciberdelincuentes aprovechan esa vía para introducir otros códigos maliciosos para, por ejemplo,

Cuestión crítica

- Se debe desarrollar la política de planificación y las normas de contingencia. De este modo, se fijan el marco y las responsabilidades.
- También hay que diseñar las estrategias de la recuperación y asegurarse de que el sistema se puede recuperar rápidamente.
- El plan de contingencia debe comprobarse y actualizarse regularmente.

averiguar las contraseñas que el usuario vaya introduciendo con el teclado", indica Sancho. "A través de la venta del software, el *hacker* busca dinero directo, y con otros virus o técnicas de *phishing* (fraude a través de *e-mail*), robar información", añade.

Detrás de la mayor parte de ataques informáticos se es-

conden verdaderos negocios profesionalizados, con tecnología avanzada y servidores alojados en países en vías de desarrollo, como Rusia. "En el caso de los falsos antivirus, por ejemplo, son diseñados por *hackers* rusos, que después ofrecen a usuarios de todo el mundo la distribución del software a cambio de un porcentaje de las ventas", advierte Sancho.

Control centralizado

En todo caso, la mejor manera de evitar los robos de información es a través de un control centralizado de la seguridad. Asimismo, es importante cerciorarse de lo que se conoce como borrado seguro. Los discos duros almacenan en un espacio de acceso limitado la información que los usuarios borran, bien de forma consciente o por accidente.

En España, sólo el 60% de las compañías tiene operativos sus planes de recuperación de desastres.



ahora que hacer negocios cuesta más, llamar te costará menos

nueva
Tarifa Plana
12 horas
para autónomos
y empresas

por menos de

1€/día

establecimiento de llamada incluido

- a cualquier operador, móvil o fijo
- de 8 a 20h, de lunes a viernes



Nokia N86 8MP
desde

0€

puntos Orange ●●●



Tarifas Planas de Orange
habla sin sorpresas en tu factura

contrátalo llamando gratis al 1414,
en orange-empresas.es o a través de tu Asesor de Orange



Cuota 29€/línea/mes; clientes con 10 o más líneas en tarifa, cuota = 25€/línea/mes. Llamadas a 0€, estab. incl. destinos nac. de 8h a 20h, de L a V. Límite 150 destinos nac. diferentes, 1000 min./línea/mes (500min fijos y 500min móviles). Superado el límite y para el resto de llamadas nacionales: 0,15€/min y 0,15€ estab. Compromiso de permanencia en tarifa de 18 meses. No incl. números tarificación especial. Tarificación por seg. desde primer seg. Imp. incl. no inc. Tarifa sólo cliente final. CC.GG orange-empresas.es. Promo en tienda online: 50% descuento cuota 3m para altas NIF y CIF portadas. Aplicará desde 2ª factura. Terminal: promo válida para clientes de portabilidad autónomos y empresa con TP 12 horas y Tarifa Plana Correo e Internet Plus hasta 31/03/10. 10.000 uds. Compromiso permanencia en tarifa 18 meses.

LAS PYMES SORTEAN LA CRISIS

Un apartamento alquilado y amueblado en una semana

Ésta es la propuesta de Flat-a-Porter, creada por dos chicas barcelonesas para ayudar a trabajadores y empresas a tener todo a punto ante un cambio de ciudad. Por ahora, dan servicio en España y Reino Unido.

E. Arrieta. Madrid

“Cuando llegué a Londres para trabajar, me sentí desamparada a la hora de encontrar un piso y de amueblarlo rápidamente, a mi gusto y de un modo económico”, recuerda Adriana Velilla, de 24 años. Esta misma dificultad la experimentó su amiga Cósima Güell, de 26 años. Juntas, han puesto en marcha el negocio Flat-a-Porter, que precisamente busca “ayudar a aquellas personas que disponen de poco tiempo libre o que estén de paso en una ciudad, así como a empresas financieras o inmobiliarias que necesiten ofrecer un servicio añadido al cliente”, explica Velilla.

Flat-a-Porter es un ejemplo diferente por varios motivos. En primer lugar, por los propios orígenes de la compañía. “Fue todo fruto de la casualidad. No nos habíamos planteado montar nuestro propia empresa hasta que coincidimos en Londres y nos dimos cuenta de que teníamos frente a nosotras una buena oportunidad de negocio”, relata Güell.

Con anterioridad, Velilla, licenciada en Historia del Arte, vivió un tiempo en Italia y, antes de crear Flat-a-Porter, trabajaba en la célebre casa de subastas Christie's. Güell, por su parte, fue alumna del liceo francés de Barcelona y estudió en la escuela Elisava

de Interiorismo. Juntas, dominan los idiomas inglés, francés e italiano, además del castellano, lo que les abre puertas para trabajar a nivel internacional.

Precisamente, la sede social de Flat-a-Porter se encuentra en Londres. “Damos servicio en Reino Unido y en España, pero decidimos constituir la empresa en el primer país por motivos económicos: fiscalmente, nos interesa y, además, tenemos acceso a una amplia variedad de ayudas para jóvenes emprendedores”, sentencia Velilla.

Los servicios

La actividad de Flat-a-Porter se desglosa en tres ramas principales. La primera de ellas consiste en packs cerrados, que incluyen el mobiliario básico de una vivienda, oficina o tienda. “Ofrecemos va-



Cósima Güell y Adriana Velilla, fundadoras de Flat-a-Porter.

rios packs, para los distintos gustos de los clientes”, dice Güell. Los muebles que los componen tienen distinta procedencia, desde el diseño propio a todo tipo de superficies comerciales. “Pasamos buena parte de nuestro tiempo asistiendo a eventos cultu-

rales de distinta índole y viendo tiendas y mercadillos, en busca de tendencias y productos con estilo a buen precio. Es un negocio en el que hay que estar muy al día”, añade.

El servicio de la empresa incluye el transporte y el

Los 'packs' de muebles parten de 2.000 euros; el margen de beneficio de la firma es del 5%

montaje de los muebles. “Nos distinguimos de otros interioristas en que nuestro margen de beneficio es muy pequeño, de en torno al 5%, asegura Velilla. El pack más básico cuesta 2.000 euros y, salvo que ocurra un retraso en la distribución de algún mueble, Flat-a-Porter promete tenerlo todo listo en una semana. “Nuestros industriales, repartidores y montadores son más económicos que, por ejemplo, los que ofrece Ikea. Al final, nuestros clientes gastan menos”, sentencia Velilla.

La segunda gran línea de negocio de la compañía son los servicios personalizados. “Si el cliente lo desea, podemos amueblar su vivienda como éste lo requiera o hacernos cargo de una reforma. En estos casos, procuramos tener un trato habitual cara a cara, para conocer a fondo sus gustos y necesidades”, declara Güell.

Y es que Flat-a-Porter está constituida como un portal online (www.flat-a-porter.com), desde el que se ofrece la primera toma de contacto con las propietarias. “Los ingleses son muy confiados. No dudan en dejarnos las llaves de su casa para que haga-

mos y deshagamos durante unos días lo que necesitamos”, asegura Velilla.

Por último, Flat-a-Porter ofrece asesoramiento personal, como la recomendación de una selección de apartamentos, que las propias Velilla y Güell realizan. “Muchos de nuestros clientes son trabajadores españoles que vienen a Londres o promotoras que buscan decorar los pisos con algo de gracia, para revalorizarlos”, señala Güell.

Resultados

La compañía inició su andadura el pasado mayo y sus previsiones son más que ambiciosas. Para el primer ejercicio, estiman facturar un millón de euros y obtener un beneficio de casi 30.000 euros.

“Lo cierto es que el servicio, cuya promoción se limita casi al boca a boca, está funcionando bien”, reconoce Velilla. “Hay una veintena de proyectos que podríamos cerrar próximamente, de los que uno consistiría en la decoración de mil viviendas de una promotora inglesa”, continúa. Asimismo, algunas entidades financieras están recomendando los servicios de Flat-a-Porter a algunos de sus clientes.

“El primer reto es establecerlo en el mercado y hacer más flexible nuestra oferta. También nos gustaría constituir una empresa S.L. en España, si todo va bien, el año que viene”, concluye Güell.

Clientes variados

● **Estudiantes.** Sobre todo, de masters MBA. La mayoría son españoles que asisten a un posgrado en Londres, aunque también hay casos dentro de España.

● **Trabajadores.** Muchos proceden de multinacionales. El cliente, en este caso, puede ser el empleado o la empresa.

● **Inversores financieros.** “El mercado inmobiliario en Reino Unido comienza a remontar, lo que está animando a algunos inversores españoles, que después buscan revalorizar las casas con un mobiliario y un ambiente agradable”, dicen las fundadoras de Flat-a-Porter.

● **Promotoras.** Una de las principales fuentes de ingresos la constituyen las promotoras inmobiliarias, que pueden encargarse de un apartamento o de un millar de ellos.



● **Bancos.** Flat-a-Porter también ha alcanzado acuerdos con algunas entidades financieras, por las que éstas recomiendan sus servicios a algunos clientes que puedan necesitarlos.

● **Negocios.** Además de viviendas particulares, la compañía acepta encargos para ‘lavados de cara’ de oficinas, establecimientos comerciales, restaurantes o estancias concretas de una casa.

● **Reformas.** Flat-a-Porter subcontrata los servicios de transporte y montaje, además de posibles reformas (carpintería, albañilería, etc.).

● **Otros.** La empresa ha diseñado también la carátula de un grupo de música.

A tener **544.000** empresas que confían en nosotros, respondemos:



Empresas, Pymes y Autónomos

- Más de 3.000 gestores
- Más de 2.700 puntos de venta especializados en empresas



La empresa está constituida en Londres, donde la fiscalidad les resulta “más favorable”

Aceptan también otros proyectos, desde el ‘lavado de cara’ de un comercio al diseño de un CD