

## DARRERE DE L'EMPRESA

## La nova ànima de Sorli

MAITE GUTIÉRREZ  
Barcelona

Les neteges de golfes i trasters acostumen a produir troballes inesperades. Li va passar fa poc a Anna Sorli, administradora del grup català de distribució Sorli, quan ordenava uns papers. Entre els papers va aparèixer una de les primeres factures del seu avi Francesc, fundador de l'empresa familiar. Un rebut de la botiga d'ultramarins que va obrir per primera vegada el 1923 al carrer Pere IV de Barcelona.

En aquests gairebé cent anys, el petit comerç de Francesc Sorli al barri del Poblenou s'ha transformat en una cadena de supermercats amb 110 establiments, sis locals de menjar per emportar, tres gimnasos, un hotel, dos restaurants i un centre comercial. Un llegat que pilota Anna Sorli des del 2015 al costat de Josep Figueres, director general de la companyia. És ella la que ha modernitzat la cadena, abans coneguda com a Sorli Discau, canviant el nom, la imatge de marca i la proposta de negoci. Una renovació que, amb tot, segueix la tradició familiar. "El meu pare, Jordi Sorli, sempre diu que cal avançar amb seguretat, no estirar més el braç que la màniga", compta.

És aquesta filosofia d'anar pas a pas la que li ha permès afrontar l'any de la pandèmia amb una situació financera sòlida. El grup acaba de tancar l'exercici 2020 amb un creixement d'un 16%, cinc punts per sobre de l'increment mitjà del sector de la distribució alimentària. La facturació total ha arribat als 269 milions d'euros, tenint en compte que als tres exercicis anteriors s'acostava als 240 milions de vendes anuals.

Aquest augment important d'ingressos no modificarà els plans de la companyia. Anna Sorli afirma que prefereix mantenir el rumb que ja va fixar a l'inici del seu mandat, basat en la reforma integral de les botigues en lloc d'impulsar l'expansió del grup amb noves obertures o adquisicions. "Hem de consolidar la transformació i elevar els estàndards de qualitat de tota la xarxa d'establiments", subratlla. El pla estratègic de l'empresa, aprovat el 2016, preveu una inversió de 45 milions d'euros per adequar 80 botigues en sis anys, amb una forta aposta pels productes frescos -carn, embotits, peix...-. Aquest 2021 destinaran nou milions a la reforma de 18 establiments, un canvi per al qual cada super-

**ANNA SORLI**

**ADMINISTRADORA  
DEL GRUP SORLI**

La directiva pilota la transformació de la cadena de supermercats que va fundar el seu avi fa un segle a Barcelona, ha creat una fundació per a la igualtat de gènere i ultima el llançament de la seva firma de roba



GUSI BEJER

**El grup ha crescut un 16% l'any de la pandèmia, cinc punts per sobre del sector**

mercat ha d'estar tancat sis setmanes. Els clients, assegura, responen bé a cadascuna de les transformacions, les vendes sempre augmenten després de les reformes.

El sector de la distribució alimentària ha sortit reforçat de la pandèmia. Fa poc més d'un any, abans del confinament del març, l'objectiu del grup era créixer al voltant d'un 3%, i han multiplicat per cinc les previsions. Però aquests bons resultats econòmics no amaguen el que ha estat un any tremendament desafiador. Dirigir l'empresa en plena crisi sanitària, sense baixar la persiana ni un sol dia, ha suposat el repte més gran de la carrera d'aquesta directiva. Després

de la declaració de l'estat d'alarma del 2020 Sorli va constituir un comitè de crisi per analitzar dia a dia les novetats, buscar equips de protecció per als 1.900 treballadors a la màxima velocitat i garantir la cadena de subministraments. El pla de e-commerce, que tenien pensat desplegar d'aquí dos anys, va haver d'estar a punt en tan sols vuit setmanes per respondre al boom de la demanda. En definitiva, una situació inèdita per a tota la plantilla, amb pors, tensió... i també esforç i companyonia, que Anna Sorli ha plasmat en un llibre a tall d'homenatge als treballadors.

Lluitar amb la pandèmia, tot i això, no ha absorbit tota la dedicació d'aquesta directiva. L'any passat va posar en marxa una fundació per lluitar contra la violència masclista i promoure la igualtat de gènere en l'empresa i en la societat. "Sembla que la pandèmia hagi de relegar tots els altres desafiaments, i no. No podem aparcar la lluita per la igualtat, és un canvi estructural que hem d'impulsar i prioritzar", diu convençuda.

Tercera generació al capdavant de l'empresa familiar, ja fa més de dues dècades que es dedica a la companyia assumint diferents responsabilitats, fins a aconseguir el càrrec d'administradora fa set anys. I això que en un primer moment pensava enfocar la seva carrera cap a un altre àmbit.

Anna Sorli va estudiar disseny i moda i va estar a punt d'obrir una firma de roba, un projecte que va deixar pel grup de distribució. "Sorli forma part de la meva vida, des de sempre, d'alguna manera semblava natural quedar-me aquí", admet. La passió pel món tèxtil, tot i així, continua. Per a aquest 2021 prepara el llançament d'una col·lecció de moda sota la marca Somia, una exhortació a perseguir les pròpies aspiracions.●

## La consultora Trilogi factura 3 milions

BLANCA GISPERT Barcelona

La pandèmia ha forçat moltes empreses a instaurar o reforçar la seva estratègia de venda en línia i, per aconseguir-ho, algunes s'han vist obligades a recórrer als serveis de consultores tecnològiques, com és el cas de Trilogi, una veterana al sector.

Nascuda el 1999 a Igualada, ha viscut un any de plena activitat, assegura Màrius Rosell, el conseller delegat. "Treballem per a unes 250 firmes de retail, entre les quals es troben grans grups com Munich, Volkswagen, Seat Cupra, FGC o Granini. Gràcies a les filials que tenim a Hong Kong i Xangai ens hem pogut anticipar a la crisi des dels inicis".

La consultora, que també disposa d'oficines a Igualada, Barcelona i Madrid, va tancar l'any 2020 amb unes vendes de 2,9 milions d'euros i una plantilla de 70 persones, un 10% més que l'any anterior. Del total de la xifra de negoci, un 80% va procedir de serveis de consultoria i un 20% de serveis de software, que els presta a través de la filial Logcommerce. Aquesta empresa del grup presta serveis per a la companyia i també per a terceres empreses. L'èbitda (benefici brut) es va situar entorn dels 500.000 euros, comenta Rosell, que és el principal accionista de l'empresa mentre que els treballadors ostenten un percentatge minoritari.

Aquest 2021 la companyia preveu superar els 3 milions de facturació i continuar impulsant les dues línies de negoci a causa de la consolidació que viu el comerç en línia. Rosell espera un creixement en especial de Logcommerce perquè ha invertit al voltant d'1,2 milions d'euros en la renovació de la plataforma en els últims 3 anys.●



Ayuda a la  
Iglesia Necesitada  
ACN

Miles de religiosas dan  
su vida en los países  
más pobres.

MUJERES  
EXTRAORDINARIAS  
Gracias a Dios  
Gracias a ti:

ES21 2100 2415 4202 0014 0293

## LLOGUER D'OFICINES

**PLAÇA FRANCESC MACIÀ**

\*Lloguer d'oficines d'Alt Standing  
\*Edifici Torre Barcelona  
\*Tots els serveis  
\*650 m<sup>2</sup>  
\*Seguretat 24 hores

Interessats trucar al Telf.  
**93 344 40 81**

DESPACHOS DISPONIBLES EN VENTA Y ALQUILER EN LAS

## TORRES TRADE

INVIERTA EN EL CENTRO DE NEGOCIOS  
MÁS EXCLUSIVO DE BARCELONA

934 538 783 / 609 379 359  
info@abarca.es

WHERE BUSINESS MEETS EXCLUSIVITY



ABARCA



hazte socio:  
902 15 15 07  
www.msff.es

Cada llibre per només **9,95€** VAL DESCOMPTE "Mitologia clàssica" LAVANGUARDIA

Cada llibre per només **9,95€** VAL DESCOMPTE Grans estrelles del pop-rock LAVANGUARDIA

Cada una per només **5,95€** VAL DESCOMPTE Ulleres de sol No Desert LAVANGUARDIA