



# barcelona:

**B** buenas noticias otoño / invierno 2004 -05 nº32



## barcelona avanza

La consolidación de Barcelona y de su área como una de las principales zonas receptoras de inversión extranjera en Europa es un hecho avalado por los últimos datos de la encuesta encargada por el Ayuntamiento de la ciudad y por la Generalitat. En cuatro años, desde 1999 hasta el año 2004, la capital de Cataluña ha recogido el fruto del trabajo que se ha llevado a cabo desde las diferentes administraciones y ha logrado que el 97% de las empresas extranjeras instaladas en el área de Barcelona estén satisfechas con la ciudad. Este porcentaje es 13 puntos superior al grado de satisfacción que reflejaban esos estudios en 1999.

Este reconocimiento también se ve reforzado con opiniones de fuentes de prestigio reconocido, como la de la revista británica FDI (*Foreign Direct Investment*), publicación dirigida a inversores de Estados Unidos, Europa y Asia. Esta revista, que pertenece al grupo Financial Times, considera que Barcelona es la mejor ciudad europea para invertir —situándola por delante de ciudades como París o Londres—, al tiempo que otorga un reconocimiento especial a su estrategia de promoción internacional y la define directamente como la ciudad europea con mayor proyección de futuro y con mejor calidad de vida. Pero no nos podemos quedar ahí: Barcelona puede ser más competitiva y más humana de lo que es actualmente. Y lo debe ser.

Aparte de trabajar en la línea de mejora que reclaman los inversores extranjeros (una red de comunicaciones más completa y moderna, por ejemplo), desde el Área de Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona también deseamos merecer la confianza de nuevos sectores empresariales. Por ese motivo, ampliamos las políticas públicas de acompañamiento a las empresas procedentes del exterior y también al tejido empresarial local.

Queremos seguir trabajando como hemos hecho hasta ahora, es decir, con una visión de futuro, incorporando a la ciudad los máximos elementos de innovación. Por eso una de las líneas de actuación preferente es el sector tecnológico y de las ciencias de la salud y de la vida. El objetivo es favorecer el intercambio de información entre las empresas, las universidades y los profesionales vinculados al sector biotecnológico y convertir la capital catalana en el motor de la investigación biomédica de Cataluña.

La carta de presentación de Barcelona y de su entorno como centro neurálgico de la biorregión catalana se resume con un dato: la capital catalana aporta el 90% del total de la producción biotecnológica del país.



# barcelona inversiones



Las opiniones expresadas por los empresarios han consolidado la ciudad de Barcelona como el centro mundial de negocios y de atracción de la inversión extranjera, posicionamiento reconocido por ciertas publicaciones de prestigio. A modo de ejemplo, la revista británica especializada en inversión internacional FDI (*Foreign Direct Investment*), que pertenece al grupo Financial Times, pone de manifiesto el gran atractivo de Barcelona al considerarla la mejor ciudad de Europa para invertir y para instalar nuevas empresas. Además, le otorga el primer lugar del ranking de ciudades europeas que poseen la mejor calidad de vida.

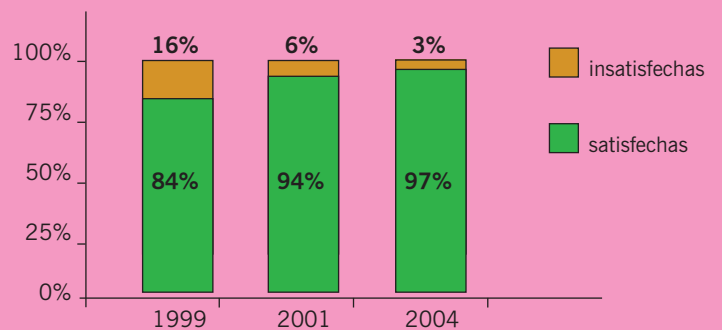
Hay otros estudios que también reflejan impresiones muy positivas sobre la capital catalana, como los de la Cámara de Comercio de París, por ejemplo, que sitúa el área de Barcelona como la segunda región más interesante para la inversión extranjera; sólo Londres la supera. El estudio *European Investment Monitor 2003*, llevado a cabo por la consultora Ernst & Young, reafirma los resultados del estudio francés y constata que la capital de Cataluña ha atraído 82 proyectos de inversión internacional.

Barcelona también merece la distinción de ser la ciudad europea que más ha progresado en los últimos años y que mejor autopromoción hace al exterior, seguida de Londres, París, Madrid y Dublín, según el estudio *European Cities Monitor* que elabora anualmente la consultora del Reino Unido Cushman & Wakefield Healey & Baker. Este trabajo también considera a Barcelona la quinta mejor ciudad europea para hacer negocios, la sexta capital de Europa más atractiva como sede empresarial y la tercera ciudad europea en la que las compañías tienen algún tipo de representación. En este último apartado, destaca la presencia de empresas alemanas y francesas, que en su mayoría están satisfechas de haberse ubicado en Barcelona.

La encuesta “La inversión extranjera en el área de Barcelona”, elaborada por el Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat, constata hasta qué punto ha mejorado en los últimos años la buena impresión que se tiene de la capital catalana.

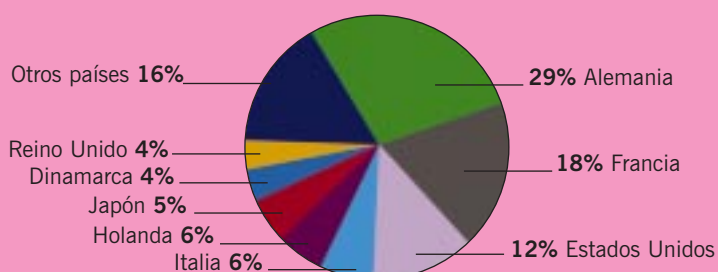
## evolución del nivel de satisfacción de la decisión de establecerse en el área de barcelona de las empresas extranjeras

**“Un 97% de las empresas extranjeras se muestran satisfechas o muy satisfechas con la decisión de establecerse en el área de Barcelona”**



Según esta encuesta, realizada en septiembre de 2004, el 97% de las empresas encuestadas están satisfechas de haberse ubicado en Barcelona. Asimismo, el 51% de los empresarios preguntados creen que el área de Barcelona es un emplazamiento de futuro para ubicar nuevas actividades y servicios, especialmente de marketing comercial y de servicios compartidos. Por último, el 79% de las empresas extranjeras definen a la ciudad como cosmopolita y el 75% como creativa e innovadora.

## país de origen de las empresas extranjeras





**Barcelona, ciudad para vivir**

Por cuarto año consecutivo, Barcelona lidera la lista de ciudades europeas con la calidad de vida más alta. La revista FDI (*Foreign Direct Investment*), que pertenece al grupo Financial Times, la ha distinguido con el primer premio al considerarla la mejor ciudad europea en calidad de vida.

Esta excelente calidad de vida hace que la capital de Cataluña tenga una mayor capacidad para atraer profesionales que llevan a cabo trabajos de valor añadido alto; además, se ve reforzada por aspectos más cotidianos de la ciudad tales como: una buena red de hospitales, escuelas, buena arquitectura, un clima agradable, la posibilidad de gozar del mar y de la montaña, actividades culturales, festivales, etc.

EUROPEAN CITY  
OF THE FUTURE 2004/5

ANNOUNCING THE WINNERS OF...  
**EUROPEAN CITIES  
& REGIONS OF THE  
FUTURE 2004/5**

**fDi** ForeignDirectInvestment  
WWW.FDIMAGAZINE.COM

The popularity of these awards is testament to the integrity and transparent nature of the judging process that fDi undertakes in assessing each entry. As a consequence this brings enormous credibility to the award and its prestige across the globe.

**CONGRATULATIONS ON BEHALF OF THE TEAM AT fDI AND THE FINANCIAL TIMES GROUP.**

**OVERALL WINNERS**

European Region of the Future 2004/2005

**SCOTLAND**

**European City of the Future 2004/2005**

**BARCELONA**

**CATEGORY**

**CITY**

**REGIONS**

Central Europe

Vienna

Hungary

Eastern Europe

Vilnius

Krasnodar Krai

Northern Europe

Copenhagen

Scotland

Southern Europe

Athens

Canary Islands

**Western Europe**

**Barcelona**

Saxony

Best Economic Potential

Düsseldorf

North Rhine-Westphalia and

Krasnodar Krai

Most Cost Effective

Manisa

Imereti

Best Human Resources

Moscow

Zurich

Best IT&

Liverpool

North Holland

Telecommunications Infrastructure

**Best Quality Of Life**

**Barcelona**

Greater Zurich and Stara Zagora

Best Transport System

Barcelona

West Holland

Most Secure / Best Security

Vienna

Greater Zurich and Iceland

Best Fdi Promotion Strategy

Dundee

Scotland

## barcelona se presenta en nueva york

Con el objetivo de lograr la máxima proyección internacional de Barcelona, la Cámara de Comercio y el Ayuntamiento de Barcelona organizaron a mediados de diciembre una nueva experiencia de *business bridge* o puente empresarial, una nueva iniciativa de colaboración entre el sector público y privado orientada a facilitar que las empresas del área de Barcelona puedan abrir nuevos mercados de negocio y promocionar la capital de Cataluña como centro de interés para los negocios y las inversiones internacionales.

El puente empresarial, el tercero ya, se convirtió en una herramienta muy útil tanto para la prospección de oportunidades económicas en la ciudad de los rascacielos como para el análisis de los factores competitivos y de las claves de éxito de esta densa área urbana de 18 millones de personas. La misión comercial, encabezada por el presidente de la Cámara de Comercio de Barcelona, Miquel Valls, y por el segundo teniente de alcalde de Barcelona, Jordi Portabella, estaba formada por varios sectores empresariales, entre ellos el de la moda, el de nuevas tecnologías y el de alimentación.

Entre las empresas que viajaron en Nueva York había representantes de firmas de moda —Mireia Ruiz, Xavier Barris, Gloria Estelles y The Avant—, de calzado y bolsos de piel —Muxart—, la casa de joyería Concep Gual o las

empresas tecnológicas Oasys Soft y Polymita Technologies SL. Uno de los actos más destacados de este puente empresarial fue la exposición de moda y diseño que las empresas participantes organizaron en un hotel céntrico, a la cual asistieron diseñadores, distribuidores, detallistas y autoridades públicas de la ciudad norteamericana.



## barcelona en el mundo

### barcelona y quebec impulsan intercambios en sectores estratégicos

El segundo teniente de alcalde y presidente de la Comisión de Promoción Económica y Conocimiento del Ayuntamiento de Barcelona, Jordi Portabella, viajó a Quebec el pasado mes de octubre para promocionar la ciudad de Barcelona, fortalecer las relaciones entre la capital catalana y la capital quebequense, Montreal, y potenciar intercambios en sectores estratégicos.

Durante este viaje de promoción de la ciudad, Portabella se reunió con el vicepresidente de TransatTours, Gilles Lamontagne, para impulsar el establecimiento de un vuelo intercontinental entre Montreal y Barcelona.

Esta iniciativa forma parte de un compromiso establecido entre el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat y la Cámara de Comercio para conseguir conexiones aéreas intercontinentales entre Barcelona y las principales ciudades del mundo. Un estudio reciente sobre el desarrollo de nuevas rutas aéreas directas desde Barcelona para los próximos cinco años ha identificado la existencia de una demanda potencial de tránsito con determinados mercados de América del Norte y de Asia. Las conclusiones del estudio consideran que Montreal puede ser un destino viable desde el punto de vista comercial.

El teniente de alcalde también participó en dos seminarios denominados "Doing Business in Barcelona", en los que expuso las oportu-

nidades de negocio de la capital catalana a la comunidad empresarial de Quebec. Jordi Portabella destacó la posibilidad de establecer relaciones comerciales con los sectores más avanzados del Canadá, tales como el biotecnológico, el aeroespacial, el agroalimentario y el medioambiental. El teniente de alcalde del Ayuntamiento de Barcelona también mantuvo contactos de trabajo con el Ayuntamiento de Montreal. Se reunió con el vicepresidente de Ciencias de la Vida de Montreal, Michel Leblanc, con la intención de importar a Cataluña el modelo de ese *cluster* biotecnológico.

Los sectores biotecnológico y farmacéutico se encuentran en plena expansión en Quebec. Los responsables políticos quebequenses aseguran que actualmente la biorregión de los alrededores de Montreal concentra 38.000 puestos de trabajo y calculan que, durante los próximos 8 años, se podrán generar 16.000 puestos de trabajo directos y 80.000 indirectos, es decir, que por cada puesto de trabajo directo se crearán 5 indirectos.



### nace la biorregión catalana

Instituciones y empresas privadas presentaron conjuntamente el pasado noviembre la denominada biorregión catalana, una iniciativa que pretende coordinar los esfuerzos de la Administración, las universidades y las empresas en el ámbito de la biomedicina y la biotecnología.

El acto de presentación se hizo en el Palacio de la Generalitat y participaron varios miembros del gobierno catalán, encabezados por el *conseller en cap*, Josep Bargalló. Por parte del Ayuntamiento de Barcelona asistió el segundo teniente de alcalde, Jordi Portabella. En la reunión también se pudieron escuchar las intervenciones de varias personalidades que participan en el proyecto: el director general del Parque Científico de Barcelona, Màrius Rubiralta, el director general de la Fundación Catalana para la Investigación, Enric Banda, el director general de la Fundación Salud, Innovación, Sociedad de Novartis, Joan Artejos y la directora del CIRIT, Marta Aymerich.

De esta manera se pone de manifiesto que Cataluña, con Barcelona a la cabeza, ha decidido apostar fuerte por el futuro y se ha puesto manos a la obra para hacer realidad aquello que la experiencia de otros países avanzados ha demostrado

y que es un factor de impulso definitivo en la estrategia de desarrollo económico: la biorregión catalana. Las iniciativas de este tipo en Suecia, Finlandia o Quebec han demostrado que estas concentraciones de conocimiento en torno a una gran ciudad se han erigido en los principales sistemas de innovación industrial. Barcelona aporta el 90% del total de la producción biotecnológica de Cataluña y la industria farmacéutica tiene una gran tradición.



## barcelona biorregión

### El campus de la UAB acogerá un edificio específico I+D



El Consorcio de la Zona Franca y la Universidad Autónoma de Barcelona han firmado un acuerdo de colaboración para promover un centro de investigación y desarrollo en el campus de Bellaterra, que empezará a funcionar en 2007. El edificio, llamado Eureka, acogerá unidades de investigación de la universidad y de empresas de biotecnología y biomedicina, y tendrá una superficie de 5.000 m<sup>2</sup>. Se prevé que las obras se inicien este año 2005.

El Consorcio de la Zona Franca invertirá siete millones y medio de euros en este proyecto y gestionará el centro Eureka durante treinta años para recuperar la inversión. El último edificio de estas características impulsado por el Consorcio de la Zona Franca fue el Nexus II, ubicado en el Campus Norte de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), inaugurado el año 2002.



El inmueble se construirá al lado de las emblemáticas columnas del escultor Andreu Alfaro.

Hasta ahora, la universidad llevaba a cabo estas actividades en sus propios departamentos y solo disponía de un edificio fuera del campus dedicado exclusivamente a investigación y desarrollo. Se trata de la Masía Can Fatjó, ubicada en el Parque Tecnológico del Vallès y que acoge empresas de base tecnológica relacionadas con la Universidad, las denominadas *spin off*.

### UB: campus científico en el sur de Europa

Entre los próximos objetivos de la Universidad de Barcelona (UB) se encuentran, por un lado, la reordenación del campus de Pedralbes para convertirlo en el parque científico y tecnológico más importante tanto de España como de todo el sur de Europa y, también, acabar las obras de la Facultad de Geografía e Historia a la Casa de la Caritat.

La reestructuración de los espacios universitarios de la UB se enmarca en el plan plurianual de infraestructuras para los próximos dos o tres años.

La UB se implicará en el Espacio Europeo de la Educación Superior, lo cual comportará la convergencia de las titulaciones europeas el año 2010. Con esta finalidad se realizará durante el curso una prueba piloto con 12 titulaciones.

### esteve invierte en investigación



El grupo químico y farmacéutico Esteve destinará 260 millones de euros a la investigación y el desarrollo de nuevos procesos productivos para la fabricación de principios activos, cifra que representa el 11% de su facturación. Durante los últimos cinco años la inversión en este ámbito ha sido de 150 millones de euros. Actualmente 300 personas se dedican a la investigación y el desarrollo y uno de los productos que han desarrollado con más éxito ha sido un fármaco contra la úlcera que se fabrica en la planta que Esteve tiene en Celrà (Gironès).

Laboratorios Esteve, empresa familiar fundada por el doctor Antoni Esteve Subirana en 1929, tiene una plantilla global de casi 2.400 personas. Una de las empresas más destacadas dentro del holding es Esteve Química, con una planta piloto y un centro de investigación en Barcelona y dos plantas productivas en Celrà que ocupan una superficie de 45.000 m<sup>2</sup>.

Esteve Química es uno de los principales proveedores del mercado farmacéutico internacional, con fábricas en Europa, México y China, y distribuye sus productos a 35 países.



## barcelona biorregión

### reig jofré adquiere la red comercial y la marca de antibióticos farma



La empresa farmacéutica catalana Reig Jofré, con sede en Sant Joan Despí, quiere consolidarse dentro del sector farmacéutico con la adquisición de la red comercial y la mayoría de las especialidades farmacéuticas, de los registros y de las marcas de Antibióticos Farma.

En 2001 Antibióticos Farma ya transfirió una parte importante de su actividad industrial a Reig Jofré, pero con la adquisición de 2004, esta empresa farmacéutica catalana asume la comercialización de los medicamentos que ya elaboraba en una de sus dos fábricas de Toledo, compradas al grupo SmithKline Beecham el año 2000.

Reig Jofré incorporará sesenta trabajadores a su plantilla, con lo cual dispondrá de un equipo formado por 450 personas. La adquisición supondrá, por lo tanto, incorporar a su cartera de fármacos las especialidades de la marca Ardine —para el tratamiento de resfriados—, Ulcometion y Anaclosil, que se añadirán a los medicamentos propios de la compañía, como el desinfectante Phonal, el fármaco para el oído Otocerum y los antibióticos Britapen y Britamox.

Según fuentes propias de la empresa, esta adquisición permitirá alcanzar importantes sinergias en la comercialización de nuevos productos, así como impulsar las ventas de medicamentos propios, que ofrecen un margen de beneficios mayor.

El grupo, que además de los Laboratorios Reig Jofré incluye los laboratorios Medea, Ramón Sala y Orraván, tiene previsto alcanzar un volumen de ventas valorado en 50 millones de euros el año 2005. La compañía busca actualmente un socio financiero y está dispuesta a vender el 30% de su acciones. Reig Jofré quiere invertir 25 millones de euros en los próximos 5 años para lanzar nuevos fármacos en las áreas terapéuticas de pediatría y ginecología en 2007.





## volkswagen. el 10% de la fabricación del Ibiza vuelve de eslovaquia a martorell



El consorcio automovilístico alemán Volkswagen (VW) ha confirmado que el 10% de la fabricación del Seat Ibiza que se llevaba a cabo en Bratislava (Eslovaquia) volverá a la planta de Martorell (Baix Llobregat) en junio de 2005, según se informa en la web oficial de la filial española.

Este cambio responde, principalmente, a la mayor flexibilidad por parte de Martorell en la firma del último convenio. Todo ello demuestra lo que se puede lograr cuando los sindicatos y la dirección de la empresa luchan por el mismo objetivo.

En el estudio que se añadía a la petición formal para recuperar el 10% del modelo Ibiza que se fabrica en Bratislava, se afirmaba que el hecho de devolver la producción de 20.000 coches anual a Martorell supondrá un ahorro de 10 millones de euros al año para el grupo Volkswagen gracias a la reducción de costes logísticos.



## gore, servicio de gestión de clientes para europa en barcelona



La multinacional norteamericana Gore, fabricante de los tejidos Gore-Tex®, de productos electrónicos e industriales y de material médico, ha decidido instalar en Barcelona un centro de atención al cliente para gestionar los procesos de facturación y pedidos de toda Europa.

El grupo ha empezado a funcionar a través de la división de material médico en Alemania y tiene previsto continuar su expansión al resto de los países de la Europa continental, estableciendo otras divisiones del negocio. Actualmente, la empresa solo tiene presencia comercial en España y cuenta con 35 trabajadores en la localidad de Sant Joan Despí. Con la instalación del nuevo centro se prevé que la plantilla supere ampliamente las cien personas.

Fundada en 1958, W.L.Gore & Associates es una empresa de capital familiar especializada en el desarrollo de productos y aplicaciones basados en fluoropolímeros. Tiene 6.000 trabajadores distribuidos en 45 emplazamientos de todo el mundo.

El grueso de su negocio proviene principalmente de la división textil —especializada en productos para el exterior de alto

rendimiento— gracias a la conocida marca Gore-Tex®. La multinacional también fabrica implantes médicos, fibras para la industria y cables para la electrónica.

La candidatura de Barcelona como ciudad donde establecer el centro de servicios pasó por delante de nueve ciudades de Europa Occidental y de Europa del Este, en un proceso de selección que duró unos seis meses y donde también quedaron finalistas las ciudades de Munich y Edimburgo. Los motivos por los que se ha optado finalmente por Barcelona han sido el coste de la mano de obra, la disponibilidad de personal cualificado y la flexibilidad para afrontar el crecimiento futuro.

La potenciación de Barcelona como ciudad sede de centros de servicios compartidos para Europa es un fenómeno que se inició a finales de los años noventa y tiene como representantes máximos empresas como Bayer, Avis, Agilent o Citigroup.



## el grupo borges prevé un crecimiento del 25% antes de 2007



El grupo catalán, especializado en la producción de frutos secos y aceites, tiene previsto crecer un 25% en los próximos tres años y alcanzar un nivel de ventas superior a los 600 millones de euros. El objetivo de la empresa familiar es multiplicar por cuatro el beneficio neto y duplicar la rentabilidad sobre los activos totales.

Atrás queda un período de dos años en los que el grupo ha sometido todas las áreas de negocio a una reestructuración para orientarse al negocio de marca, con valor añadido y hacia el mercado al mayor.

Borges ha puesto en marcha una nueva sede en Sant Cugat del Vallès (Vallès Occidental). En las áreas comerciales y de marketing de esta nueva sede, donde trabajan unas 80 personas, están centralizadas todas las unidades distribuidas en la península. De esta manera, y según fuentes de la empresa, se busca potenciar el desarrollo de la marca Borges como paraguas de todos los productos. Durante esta nueva etapa también se tiene previsto efectuar el lanzamiento de cuatro productos nuevos que aporten mayor valor añadido, entre ellos las vinagretas.

El incremento del volumen de negocio también se logrará con el aumento de operaciones en el mercado al mayor, que representa la mitad de la actividad del grupo y que tiene como clientes, entre otros, a las principales multinacionales de alimentación, como Nestlé o Heinz. Por otra parte, la compañía continuará desarrollando su presencia en los principales mercados internacionales: Rusia, Estados Unidos y Francia.



## cirsa, primera planta de máquinas recreativas en el extranjero (rusia)



Cirsa, la compañía de ocio y juegos, además de gestionar bingos y casino en siete países de Europa y América, tiene previsto crear una red de fábricas para el montaje de máquinas recreativas en el extranjero.

El proyecto se puso marcha el pasado mes de noviembre en Rusia, después de que Cirsa recibiese diversos pedidos para suministrar máquinas tragaperras a diversas salas de juego y bares de San Petersburgo y de Moscú. Actualmente estas máquinas se fabrican en las instalaciones de producción de Terrassa, desde donde se exportan a Rusia y a otros países. De esta fábrica, que da empleo a 150 personas, salen cada día unas 400 máquinas recreativas.

Cirsa ha decidido trasladar la parte final del proceso, el ensamblaje, a Moscú o a San Petersburgo, ciudades que presentan unos costes de implantación menores. Este plan se canalizará mediante una sociedad filial, de la cual Cirsa tendrá el 50% del capital; el resto correrá a cuenta de un socio local.

El objetivo de esta nueva red es vender entre 4.000 y 5.000 máquinas anuales en Rusia, en contraste con las 3.000

unidades que se exportan desde España y que suponen unos aranceles del 60%. Para el año 2005, el grupo prepara la apertura de una segunda planta de montaje de máquinas recreativas, esta vez en el norte del Brasil.

La empresa busca nuevas vías de crecimiento para superar la madurez del mercado español de las máquinas recreativas, donde posee una cuota del 23% y en el que solamente puede crecer mediante compras de empresas operadoras. El grupo gestiona unas 52.000 máquinas tragaperras.



Cirsa ganó 5,02 millones de euros en 2003, lo cual le permitió alcanzar una cifra de negocios de 926,12 millones. Casi la cuarta parte del beneficio bruto de explotación del grupo procede del casino flotante que Cirsa explota en Rio de la Plata, Buenos Aires.

### Auna establecerá su nuevo centro de innovación en el 22@



El nuevo centro de desarrollo y de innovación del segundo operador de telecomunicaciones del país se establecerá en el edificio que la empresa tiene en la calle de Ávila, en el distrito 22@.

En este centro, que debe estar operativo a principios de año, se diseñará la estrategia de convergencia entre la telefonía móvil y la fija y se producirán soluciones globales para todos los clientes del grupo. Dará empleo a más de 100 técnicos.

El vicepresidente de Auna y consejero delegado, Joan David Grimà, expuso la intención de la empresa de potenciar su presencia en Cataluña. De hecho, entre un 20 y un 25% del volumen de negocio de Auna procede de Cataluña.

### Credit Suisse compra un edificio de oficinas en la entrada del 22@

Layetana Inmobiliaria ha vendido el edificio de oficinas de la avenida Diagonal 197, situado justo al lado de la Torre AGBAR y en la puerta de entrada del distrito 22@. El fondo alemán CS Euroreal, gestionado por Credit Suisse, ha comprado el complejo de poco más de 16.000 m<sup>2</sup> sobre rasante, que, según las previsiones, se acabará de construir durante el primer semestre de 2007.

### Indra centralizará los servicios en un edificio del 22@



La empresa de consultoría y tecnologías de la información Indra tiene previsto poder concentrar el año 2007 todas sus operaciones en Barcelona, en un mismo edificio, en el distrito 22@.

La inmobiliaria catalana Grupo Castellví se hará cargo de la construcción de las futuras instalaciones de Indra, que costarán 24 millones de euros y que el grupo tecnológico alquilará por un período de 10 a 15 años. El edificio tendrá 12 pisos de altura y más de 8.000 m<sup>2</sup>. El proyecto, diseñado por los arquitectos Carles Ferrater, Xavier Martí y Carles Rubio, se llevará a cabo en unos terrenos próximos a la torre AGBAR. En las nuevas instalaciones trabajarán unas 600 personas, que en la actualidad están repartidas en cinco centros diferentes de la capital catalana.

En esta misma zona, próxima a la antigua fábrica textil Ca l'Aranyó, la Universidad Pompeu Fabra también concentrará la formación, la investigación y la producción en materia de comunicación y tecnología del audiovisual.



## el 22@ tendrá un hotel de la cadena holiday inn



A finales del presente año 2005, el grupo inmobiliario Medgroup iniciará las obras de un hotel de 186 habitaciones en el Poblenu, dentro del distrito tecnológico 22@. El objetivo es poder inaugurar este establecimiento, que gestionará la cadena británica Holiday Inn, el año 2007.

El proyecto comportará una inversión global de unos 16 millones de euros y se construirá en la intersección de las calles Llacuna y Pallars. El potencial del 22@ como presente y futuro centro empresarial es lo que ha llevado a Medgroup a construir en esta zona de Barcelona.

La promoción de un hotel en el Poblenu se enmarca dentro de los planes de Medgroup de crear una red en el mercado español de veinte establecimientos hoteleros para ejecutivos, con una oferta de 3.000 habitaciones. El grupo inmobiliario ya ha construido uno en Montmeló (Vallès Oriental) y tiene otro proyectado en Molins de Rei (Baix Llobregat). Generalmente son equipamientos de 3 estrellas, que disponen de 100 habitaciones y que se edifican cerca de polígonos industriales y de centros empresariales. La construcción de estos equipamientos responde a la idea de ofrecer precios competitivos a cambio de reducir servicios secundarios.



## Barcelona da apoyo a las PYME

Con el objetivo de acercarse más a las pequeñas y medianas empresas, que conforman mayoritariamente el tejido empresarial de Barcelona y del área metropolitana, el Ayuntamiento de Barcelona ha creado el Departamento de Promoción Económica Interior.

Uno de los principales problemas que tienen las PYME es la continuidad de la empresa más allá de la generación del fundador. Teniendo en cuenta esta problemática, en 2004 el Departamento de Promoción Económica Interior organizó dos seminarios para informar sobre políticas para favorecer la continuidad de las PYME y realizar la correspondiente formación. Los seminarios se organizaron en el Museo Picasso y tuvieron una participación global de 400 empresarios: todo un éxito.

Los seminarios contaron con la colaboración del CIDEM —departamento de la Consejería de Trabajo e Industria de la Generalitat de Cataluña, que aprovechó el acto para informar sobre las nuevas ayudas para la planificación de la sucesión en la empresa familiar—, y con la participación de las empresas Torrent i Dedeu, Consultores de la Familia Empresaria, y de BDO Audiberia Estudio Jurídico y Tributario.

Este año 2005, Promoción Interior del Ayuntamiento de Barcelona tiene previsto organizar cuatro seminarios más, cuyo inicio tendrá lugar en primavera.



**más  
información:**

Ayuntamiento de Barcelona  
Promoción Económica  
C/ Avinyó, 7, 1ª planta  
08002 Barcelona  
Tel.: 93 402 33 52  
[www.bcn.es/barcelonanegocis](http://www.bcn.es/barcelonanegocis)

## Los hoteles de lujo de Barcelona son los más rentables de Europa

Hasta el mes de agosto de 2004 y según un informe de Deloitte, completado con datos aportados por Mazars, los hoteles de lujo de Barcelona —de cuatro y cinco estrellas— fueron los más rentables de la Unión Europea. Los ingresos diarios por habitación disponible, el denominado *revPAR*, ascendieron, hasta agosto de 2004, a 110 euros. El *revPAR* calcula los ingresos diarios que genera la instalación hotelera de una ciudad, es decir, divide la facturación de las pernoctaciones entre el número total de plazas.

## Abertis y Aena se alían para comprar el gestor de aeropuertos británico TBI



El grupo de infraestructuras Abertis y el ente gestor de aeropuertos AENA han presentado una oferta conjunta para comprar el 100% de las acciones de TBI, uno de los principales operadores de aeropuertos británicos. La operación está valorada en 787 millones de euros.

TBI gestiona tres aeropuertos en el Reino Unido. El más importante es el de Luton, base de operaciones de Easy Jet. Los otros dos se encuentran en Cardiff (País de Gales) y en Belfast (Irlanda del Norte). Además de los aeropuertos británicos mencionados, TBI gestiona aeropuertos en Estocolmo (Suecia), en Orlando Sanford (Estados Unidos) y tres más en Bolivia. También controla parcialmente diversas instalaciones en Toronto (Canadá) y en San José de Costa Rica.

TBI gestiona tres aeropuertos en el Reino Unido. El más importante es el de Luton, base de operaciones de Easy Jet. Los otros dos se encuentran en Cardiff (País de Gales) y en Belfast (Irlanda del Norte). Además de los aeropuertos británicos mencionados, TBI gestiona aeropuertos en Estocolmo (Suecia), en Orlando Sanford (Estados Unidos) y tres más en Bolivia. También controla parcialmente diversas instalaciones en Toronto (Canadá) y en San José de Costa Rica.

## Metrovacesa impulsa dos parques empresariales

La inmobiliaria Metrovacesa tiene previsto invertir más de 139 millones de euros en dos nuevos parques empresariales, uno en el 22@ y el otro en la ciudad metropolitana. El nuevo parque del distrito 22@ ocupará casi 31.000 m<sup>2</sup>.

## Mango invierte en la planta de Samsung



La cadena textil Mango invertirá catorce millones de euros en la compra y adaptación de la planta de la multinacional surcoreana Samsung, en Palau-solità i Plegamans (Vallès Occidental), donde instalará una parte de sus oficinas a partir de septiembre de 2005. Samsung cerró su planta en esta población vallesana el pasado mes de enero de 2004.

La cadena textil Mango invertirá catorce millones de euros en la compra y adaptación de la planta de la multinacional surcoreana Samsung, en Palau-solità i Plegamans (Vallès Occidental), donde instalará una parte de sus oficinas a partir de septiembre de 2005. Samsung cerró su planta en esta población vallesana el pasado mes de enero de 2004.

## SHARP duplica la producción en Sant Cugat del Vallès



La multinacional japonesa SHARP tiene previsto potenciar su planta de Sant Cugat del Vallès, especializada en la producción de televisores para el mercado europeo. Los directivos de la multinacional están satisfechos con la competitividad del establecimiento catalán, que el año 2003 produjo 272.000 televisores.

La multinacional japonesa SHARP tiene previsto potenciar su planta de Sant Cugat del Vallès, especializada en la producción de televisores para el mercado europeo. Los directivos de la multinacional están satisfechos con la competitividad del establecimiento catalán, que el año 2003 produjo 272.000 televisores.

## Primer grupo cooperativo catalán

Con la denominación de Clade-Grup Empresarial Cooperatiu se ha presentado el primer grupo cooperativo catalán, formado por las compañías Abacus, Ecotècnia, Grup Qualitat, La Fageda, la Vola y Telecsal.

Cada empresa opera en un sector diferente: Abacus es una cadena barcelonesa especializada en libros y material de papelería y es el grupo más importante de las seis empresas; Ecotècnia, por su parte, se dedica a la fabricación de aerogeneradores para parques eólicos; Grup Qualitat, con sede en Vilanova i la Geltrú, opera en el sector inmobiliario; La Fageda, empresa ubicada en Olot, elabora yogures y postres; La Vola, situada en Manlleu, ofrece servicios medioambientales, mientras que Telecsal, con oficinas en Cornellà de Llobregat, opera en el mercado de las instalaciones de electricidad industrial.

## La generalitat destina la mitad de las ayudas a la innovación a la automoción, el sector textil y la electrónica

Los sectores de la automoción, la electrónica y el textil concentraron la mayoría de los incentivos que la Generalitat concedió en 2004 para la promoción de proyectos de investigación, desarrollo e innovación. Según datos del Departamento de Trabajo e Industria, los incentivos globales fueron de 24 millones de euros. De las aproximadamente 500 iniciativas en I+D, 179 correspondieron a empresas automovilísticas, de electrónica de consumo y textiles. Esos tres sectores recibieron 12 millones de euros, es decir, la mitad de las ayudas otorgadas por el gobierno catalán. El resto del dinero se repartió entre los denominados sectores estratégicos de la economía catalana, el aeroespacial, el farmacéutico, el de los alimentos de segunda generación y el sector de maquinaria adaptada a las energías renovables. También se llevaron una parte importante de las ayudas que da la Generalitat los proyectos conjuntos de I+D y el Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial, CIDEM. Asimismo, la pequeña y mediana empresa concentró el 85% de los incentivos del gobierno catalán, lo cual demuestra el predominio de las PYMES en el tejido productivo de esta comunidad autónoma.

## Montesa Honda amplía el centro de Santa Perpètua

**HONDA**

La entrada en vigor de la reforma del reglamento de circulación, que permite conducir motos de hasta

125 cc con el carné de coche, ha animado a los fabricantes de motocicletas.

La firma Montesa Honda es buen ejemplo de ello y, teniendo en cuenta las perspectivas de aumento de las ventas de motos de 125 cc para este año, quiere ampliar el centro de producción que tiene en Santa Perpètua, en el Vallès Oriental. La intención de la empresa es duplicar las dimensiones de las instalaciones actuales, que tienen una superficie de 30.000 m<sup>2</sup>, para lo cual dispone de unos terrenos que superan los 96.000 m<sup>2</sup>.

La apuesta de Honda por esta población vallesana se remonta al año 1986, cuando la compañía japonesa adquirió la firma catalana Montesa, que en aquellos momentos atravesaba una gravísima crisis.

Para 2005, la intención de Honda, que también tiene otra fábrica en la población italiana de Atesa, es construir 50.000 motos, un 25% más que el año pasado.

El sector espera que la modificación del reglamento de circulación dispare las ventas de motos, tanto en 2005 como en 2006, y se habla de un aumento de las matriculaciones de un 30% a un 40% este año y del 30% en 2006, según los datos de ANESDOR (Asociación Nacional de Empresas del Sector de Dos Ruedas).

## barcelona moda

## javier simorra proyecta abrir 15 tiendas en los estados unidos

**JAVIER SIMORRA**  
Barcelona

La firma textil de moda femenina de gama media-alta, con sede en Barcelona, Javier Simorra prepara la apertura de sus primeras tiendas en los Estados Unidos, con una inversión de 3 millones de euros prevista para los próximos 3 años. Concretamente, estos establecimientos estarán ubicados en los estados de Connecticut, Texas y Nueva Jersey; posteriormente, se abrirán entre 10 y 12 tiendas más antes del año 2007. Entre los posibles nuevos emplazamientos, destacan las ciudades de Nueva York, Boston, Filadelfia, Washington, Miami, Los Ángeles y San Francisco.

La expansión se quiere complementar con la instalación de 15 franquicias córner en centros comerciales importantes como Neiman Marcus, Saks y Holt Renfrew (en Canadá), y también con la venta al mayor. Javier Simorra ya ha estado presente en Estados Unidos durante las tres últimas temporadas, período equivalente a un año y medio, a través de un distribuidor multimarca. Durante todo este tiempo ha conseguido captar unos 130 clientes al mayor.

La empresa, especializada en *prêt à porter*, empezó como sastrería familiar en la calle Canuda de Barcelona. En 1977 se convirtió en una empresa especializada en la confección de camisas, actividad a la que se dedicó en exclusiva y con gran éxito hasta el año 1992. Actualmente, con 23 tiendas abiertas en España (7 en Barcelona y 4 en Madrid) y en Lisboa, el objetivo de



Javier Simorra es redimensionar la marca y la compañía, y prevé llegar a facturar 18 millones de euros en los Estados Unidos en 2007. Simorra destaca la importancia de tener una tienda en Nueva York, ya que considera que la ciudad es una auténtica plataforma para hacerse un nombre en el mundo de la moda.

El plan de expansión de la empresa catalana coincide con el cambio de nombre y de logo —de Simorra a Javier Simorra— de todas las tiendas del grupo, así como con la ampliación de los establecimientos *outlet*, donde se venden prendas de otras temporadas y se da salida al exceso de producción.

El crecimiento del negocio en España, junto con la mencionada expansión internacional, permitirá duplicar las ventas previstas y alcanzar los 60 millones de euros en 2007.

## desigual se expande y crece un 40%

### Desigual.

La marca de moda de la empresa Abasic, Desigual, ha iniciado un ambicioso proyecto de expansión basado en la apertura de tiendas propias. El objetivo es que en el año 2005 se duplique el número de establecimientos y se pase de los 15 que actualmente tiene a 30. Nacida hace 15 años, la marca Desigual está presente en 1.200 tiendas multimarca. Fue en 2001 —año en que se empezó a potenciar el desarrollo con campañas innovadoras de marketing y con la apertura de tiendas propias— cuando comenzó a alcanzar la proyección y notoriedad que actualmente posee.

La firma Desigual nació con una plantilla de aproximadamente 150 personas gracias a la iniciativa de Thomas Meyer, de origen suizo y establecido en Barcelona, quien se inició en el mundo de la moda vendiendo prendas de segunda mano con un diseño singular, en la barcelonesa calle de Pelai. Actualmente, el 70% del volumen de negocio procede de la venta en establecimientos multimarca, y solo el 30% de las tiendas propias. Desigual no tiene ninguna planta de fabricación, sino que subcontrata toda su producción principalmente a la India. La marca, que ya ha puesto en marcha su proyección internacional, exporta el 20% de su producción, mayoritariamente a Francia y a Italia.

Desigual apuesta por tener su propia cadena de tiendas, ya que considera que es difícil crecer únicamente a través del segmento multimarca, actualmente en retroceso. Una curiosidad sobre la marca es que para decorar sus locales, se dejan las paredes en blanco y se invita a graffítters, diseñadores y transeúntes a una fiesta para que las pinten.



## rosa clarà se expande a méxico



La cadena de establecimientos de vestidos de novia Rosa Clarà acaba de dar el salto internacional a México con la apertura de sus dos primeras tiendas. La diseñadora, que trabaja desde hace diez años con su propia marca, estará presente en México a través de los grandes almacenes Puerta de Hierro.

La diseñadora tiene 45 tiendas en España y 2 en Portugal, la mayoría de las cuales son franquicias. Rosa Clarà también inauguró el pasado mes de septiembre nuevos establecimientos en Manresa, Reus y Córdoba. A principios de 2003 lanzó una nueva marca de establecimientos, Aire, para acelerar su expansión. El año 2003 obtuvo una facturación de 18 millones de euros.



Su plan de expansión consiste en la apertura de siete establecimientos en cinco años. Está previsto que uno de estos siete establecimientos se inaugure en la ciudad de Monterrey. Por otro lado, la cadena abrió a finales de 2004 el tercer establecimiento comercial en Barcelona, en un local de 500 m<sup>2</sup> donde se encontraba la antigua pastelería Mora, en la confluencia de la avenida Diagonal y las calles de Balmes y París. La empresa ha firmado un contrato por un período de 25 años con Inmobiliaria Colonial, que adquirió el edificio en 2001, con una inversión de un millón de euros, para su rehabilitación.



## la cadena catalana samblancat abre su primera tienda en madrid

La firma textil Samblancat, con once establecimientos en el territorio catalán, tiene previsto abrir su primera tienda en Madrid el año 2005 y también proyecta inaugurar una en Sevilla. La compañía barcelonesa, especializada en la confección y venta de pantalones, ha ido ampliando su oferta y ha pasado de facturar 894.000 euros el año 2000 a facturar tres millones de euros en 2004.

Localmente, Samblancat compite con los grandes fabricantes de moda para jóvenes, como Levi's o Diesel, pero también con las cadenas multimarca. El público objetivo de los populares pantalones de Samblancat son mujeres de entre 15 y 25 años, aunque la franja de edad se amplía cada vez más. La empresa cuenta con una línea femenina para niñas y adolescentes y con una línea masculina que está empezando a introducirse en el mercado.

Samblancat tiene una plantilla de cuarenta personas y da trabajo a otras treinta de forma indirecta.



## barcelona vuela

## barcelona asume la capitalidad europea del espacio en 2005-2006 y presidirá la comunidad de ciudades ariane



Barcelona asume la presidencia de la Comunidad de Ciudades Ariane (CVA) durante el período comprendido entre 2005 y 2006. La presidencia de Barcelona servirá para reforzar la presencia de la ciudad en el panorama aeroespacial europeo, además de responder a la voluntad del Ayuntamiento de Barcelona de hacer que la ciudad sea un referente internacional en el sector aeronáutico y del espacio.

La Comunidad de Ciudades Ariane es una asociación de empresas, gobiernos locales e instituciones que nació en 1988 con el objetivo de promover el desarrollo económico, cultural y pedagógico de las ciudades implicadas en actividades relacionadas con el transporte espacial europeo. Forman parte de la comunidad ciudades como Burdeos, Toulouse, Turín, Lieja, Bremen y Augsburgo, entre otras.

Durante la presidencia de Barcelona se desarrollarán diversas actividades dirigidas a lograr el principal objetivo de la CVA: fomentar la cooperación y la circulación de ideas y de conocimientos entre las ciudades y entre éstas y las empresas, especialmente en áreas como la enseñanza, la investigación y la industria aeronáuticas.

La asamblea general de la Comunidad de Ciudades Ariane se celebró del 13 al 16 de octubre en la ciudad de Kourou (Guayana francesa), donde se encuentra la base y la plataforma de despegue de los cohetes Ariane. Durante esos días Barcelona presentó un concurso denominado "Pasión por el espacio" dirigido a estudiantes catalanes de 16 a 18 años. El objetivo de este concurso era divulgar el sector aeronáutico entre los jóvenes, dada su importancia estratégica dentro de la nueva economía del conocimiento.



más información:

[www.bcn.es/ciutatdelconeixement](http://www.bcn.es/ciutatdelconeixement)

### Creación de un parque aeroespacial para impulsar la actividad aeronáutica



El área de Barcelona dispondrá de un parque aeroespacial para impulsar la actividad aeronáutica en Cataluña. El lugar escogido es el polígono Ca n'Alemany de Viladecans (Baix Llobregat), que se convertirá en el Parque Aeroespacial de Cataluña. El polígono está situado muy cerca del aeropuerto de Barcelona, por lo que atraerá empresas vinculadas con el suministro de equipamientos para los aeropuertos, la movilidad en general, la navegación aérea y espacial y la fabricación de componentes para toda tipo de vehículos.

El parque todavía está en fase de proyecto, pero se espera que las obras se inicien de aquí a un año, según la Generalitat. La iniciativa representa una apuesta estratégica para la localización de empresas que deben aportar valor añadido, conocimiento y competitividad.

### Barcelona y Toulouse impulsan intercambios en sectores estratégicos

Instituciones y empresas de Cataluña llevaron a cabo una iniciativa publicoempresarial en Toulouse el pasado mes de noviembre con el objetivo de impulsar intercambios con empresas de la región de Midi-Pyrénées en los sectores aeroespacial, biomédico y biotecnológico. El denominado Puente Aeroespacial Barcelona-Toulouse es una iniciativa de la Cámara de Comercio, la Generalitat y el Ayuntamiento de Barcelona.



## barcelona vuela

### Frente común para conseguir vuelos intercontinentales

La Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Barcelona y la Cámara de Comercio de Barcelona, coordinados con AENA y la dirección del aeropuerto, han iniciado una estrategia común para la captación de nuevas rutas internacionales de largo recorrido.

En el marco de estos trabajos, el mes de noviembre pasado se reunió por primera vez el Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas. En esta reunión se analizaron las diversas acciones de promoción que se están realizando, como la participación en el foro de desarrollo de rutas aéreas "Routes" el pasado mes de septiembre.

El Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas ha realizado estudios para identificar rutas aéreas intercontinentales que puedan ser potencialmente viables desde el aeropuerto de Barcelona. Según esos estudios, los enlaces directos con Barcelona que gozan de mayores posibilidades son Nueva York, Filadelfia, Buenos Aires, Sao Paulo, Montreal y Dubai.

### Barcelona y Filadelfia con US Airways



La compañía aérea US Airways iniciará el próximo 17 de mayo un nuevo vuelo diario y directo entre Barcelona y Filadelfia. Filadelfia es la cuarta área metropolitana más importante de Estados Unidos y su aeropuerto constituye uno de los *hubs* de distribución de vuelos más importantes. Esto permitirá a los viajeros de esta nueva ruta conectar directamente con más de un centenar de ciudades norteamericanas, así como con veinte destinos en el Canadá y el Caribe.

Con esta ruta, el aeropuerto de Barcelona ofrecerá un nuevo vuelo directo a los Estados Unidos.

### Barcelona-Nueva York con Delta Airlines todo el año



Delta Airlines mantendrá su vuelo directo entre Nueva York y Barcelona durante todo el año y no solo entre abril y noviembre, como sucedía hasta ahora. Según explican los directivos de Delta Airlines en España, en Estados Unidos hay mucha demanda para viajar a Barcelona, sobre todo a causa de los cruceros que parten de la ciudad.

Por otra parte, Delta Airlines seguirá ofreciendo la conexión directa entre Barcelona y Atlanta en el período de abril a noviembre.



## la uoc en china

La Universitat Oberta de Catalunya ha firmado un convenio de colaboración con la agencia estatal china NEEA —responsable de los exámenes de educación en el gigante asiático—, lo cual supone un impulso muy importante en la estrategia de internacionalización de la institución catalana. La NEEA es un organismo que, aparte de hacer exámenes de reconocimiento académico a 20 millones de alumnos cada año, también ofrece formación.

Tres años después de los primeros contactos, la UOC y la NEEA han desarrollado una prueba piloto con 300 alumnos. A través de un programa financiado con fondos europeos, la Universitat Oberta de Catalunya ha traducido todo su campus virtual y sus materiales didácticos y ha formado profesores para transferir tecnología y metodología a China.

El gerente de la UOC, Xavier Aragay, ha explicado que la internacionalización de la UOC tiene muchas facetas: otro proyecto es el Metacampus —una especie de Erasmus virtual—, que ofrece la posibilidad de intercambiar asignaturas con otras universidades y que ya funciona con centros de México, Argentina y China.

Paralelamente a la actividad universitaria, la UOC tiene tres empresas: Eureka (de material didáctico), Edicions de la UOC y Gestió del Coneixement; de esta última, que vende su experiencia de formación a distancia, la Caixa controla el 33%.



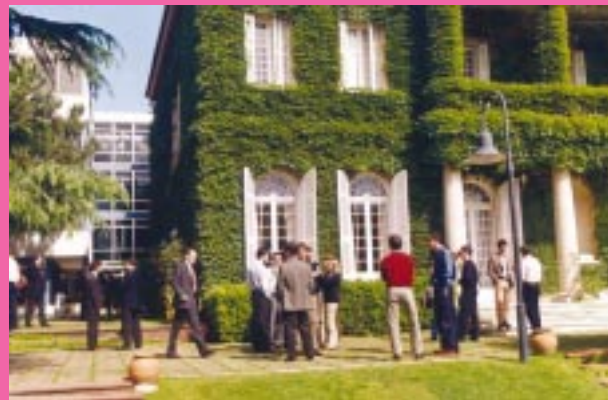
## el IESE invertirá en un nuevo campus en barcelona



La Escuela de Negocios IESE invertirá 25 millones de euros en la construcción de un nuevo campus que ampliará en 13.000 m<sup>2</sup> más las instalaciones que tiene ahora en Barcelona. Se denominará Campus IESE II y estará ubicado en la avenida Pearson, donde el IESE tiene su sede actual. Del total de la inversión prevista, 20 millones procederán de empresas patrocinadoras; el resto, de recursos propios del IESE.

El complejo Campus IESE II tendrá un auditorio con capacidad para 400 personas, seis aulas con capacidad para 80 personas cada una, 36 salas de reuniones y una planta entera para despachos y zona de restauración. Se espera que el nuevo campus esté operativo el mes de septiembre de 2006.

El IESE, que llevó a cabo la última ampliación de terreno en 1991, es la escuela de postgrado de la Universidad de Navarra. Fue fundada en 1958 y ofrece programas de formación de dirección de empresas en Europa, Asia, América y África.



## Feria *Routes*, Foro Mundial de Desarrollo de Rutas Aéreas



Del 26 al 28 de septiembre se celebró en Madrid el X Foro Mundial de Desarrollo de Rutas Aéreas (*Routes-2004*). Este foro, el más importante a escala internacional, reunió a la mayoría de compañías aéreas y de aeropuertos con el objetivo de encontrar nuevas oportunidades de negocio en la apertura de nuevas conexiones aéreas y exponer las facilidades y las nuevas perspectivas que ofrecen los aeropuertos de todo el mundo.

A esta edición asistieron más de 250 líneas aéreas, entre compañías internacionales, regionales, compañías de bajo coste, emergentes, de carga y vuelos chárter. También se contó con la presencia de unos 450 aeropuertos de los cinco continentes.



## VII Edición del Salón Internacional del Inmueble Industrial, Comercial y de Negocios



La feria Exporeal, celebrada los días 4, 5 y 6 de octubre en Munich, tiene como objetivo promover contactos entre los que ofrecen inmuebles industriales, comerciales y de oficinas y los usuarios actuales o potenciales de este tipo de equipamientos. En un tiempo en que los negocios inmobiliarios transfronterizos están experimentando un claro avance, Exporeal mantiene año tras año un creciente interés internacional y un crecimiento exponencial de participantes, tanto de expositores como de visitantes profesionales.

La presencia del Ayuntamiento en la edición de este año tuvo un carácter exploratorio. La finalidad era establecer contactos para lograr nuevas inversiones en el futuro y promocionar la sólida y competitiva oferta de Barcelona.

Promoción Económica de Barcelona participó en calidad de coexpositor como colaborador extranjero de la ciudad de Dortmund utilizando su infraestructura (80 m<sup>2</sup> de espacio expositor). Estaban situados en un stand conjunto de la región metropolitana del valle del Ruhr que, con 750 m<sup>2</sup>, era el espacio expositor más grande de la feria; estaban representadas 9 comunidades urbanas del Rhein-Ruhr.

Participaron en la feria Exporeal 1.300 expositores de 31 países, en un espacio ferial de 42.000 m<sup>2</sup> y con una asistencia de 17.700 visitantes, un 10% más que la edición anterior.

## Feria internacional de alta tecnología en Shenzhen

El departamento de Promoción Económica participó en la feria internacional dedicada a la industria de alta tecnología en Shenzhen, ciudad de China fronteriza con Hong Kong. Con una superficie de 135.000 m<sup>2</sup>, un total de 4.041 expositores procedentes de 42 países y una asistencia de 543.000 visitantes, la feria constituye un gran escaparate de la industria de la alta tecnología china.



La asistencia a esta feria representó una buena oportunidad para posicionar la marca Barcelona y, al mismo tiempo, atraer a nuestra ciudad empresas asiáticas de alto valor añadido, así como para estimular la inversión y las relaciones internacionales entre nuestras empresas locales y ese gran país.



La participación de Barcelona sirvió para conocer la realidad de la región y para informar de la oferta económica de nuestra ciudad a las empresas y las autoridades de la provincia de Guangdong. Se identificaron oportunidades de negocio y se establecieron lazos de cooperación.

Durante la feria se realizaron más de 250 consultas y se atendieron a unas 130 empresas. Al mismo tiempo, se realizaron acciones de comunicación: entrevistas a la televisión de ámbito estatal CCTF, al diario económico de ámbito local/regional *Shenzhen Economic News* y a la radio local.

Finalmente se concedió el Premio de CHTF 2004 al expositor extranjero por excelencia y se otorgó el galardón institucional. Ese premio fue concedido a stands de delegaciones extranjeras, empresas tecnológicas locales y a las mejores nuevas empresas de la región.

## Feria Maquitech



La Feria Maquitech, que se celebró entre los días 19 y 23 de octubre, contó con la representación de las principales empresas del sector industrial metalúrgico de España y del resto de Europa. Los principales países de procedencia de las empresas extranjeras fueron Alemania, Austria, Croacia, Portugal, Turquía e Italia.

En la edición del año 2004, Maquitech incorporó dos novedades importantes: por una parte, una mayor internacionalización, lo cual permite atraer un elevado número de expositores y compradores de la Europa Meridional; y de la otra, la incorporación de dos nuevos sectores, la subcontratación y las ingenierías y los servicios de apoyo.

El departamento de Promoción Económica estuvo presente con un stand propio que disponía de las instalaciones necesarias para ser un buen escaparate de promoción de la ciudad. El objetivo era captar más actividad económica y difundir los servicios municipales orientados a facilitar la consolidación de las empresas del sector ya existentes en la ciudad.

## Salón Internacional de la Técnica Avícola y Ganadera Expoaviga

Del 23 al 26 de noviembre se celebró la XV edición de la Feria Expoaviga, que contó con la representación de los principales profesionales de los sectores implicados en la producción animal: nutrición y sanidad, genética e inseminación artificial, aplicaciones informáticas, edificios e instalaciones, logística, manipulación y almacenamiento, tecnologías para la protección del medio ambiente, etc. Expoaviga se caracteriza por su carácter internacional y por su enfoque altamente técnico.

La mayoría de empresas extranjeras presentes en el salón procedían de Francia, Italia y los Países Bajos.



## Barcelona acogerá las reuniones de la EIBTM

Desde finales de 2004 y hasta el año 2009 la capital catalana es la ciudad que acogerá los encuentros de la EIBTM, la asociación internacional que reúne las empresas más importantes de congresos y de viajes de incentivo. Barcelona se convierte así en el punto de encuentro de la EIBTM después de vencer a las ciudades competidoras de Génova, Lisboa, Madrid y Viena. La calidad de la oferta hotelera de la capital de Cataluña, junto con su atractivo turístico, fueron algunos de los factores que hicieron decantar la balanza hacia el lado de la ciudad condal.

## La patronal europea de las comunicaciones se reunirá en Barcelona

La Asociación Europea de Telecomunicaciones Competitivas (ECTA), patronal europea de la industria de las comunicaciones, celebrará el próximo mes de abril en Barcelona su asamblea anual.

La cumbre de la ECTA reunirá a un centenar de empresas pertenecientes a los sectores de operadores, fabricantes, empresas de consultoría y sociedades de inversión. El objetivo fundacional de la ECTA es incrementar la competitividad en los mercados de telecomunicaciones europeos, con avances técnicos y haciendo de lobby frente a los reguladores internacionales.



bioibèrica cumple 30 años

## entrevista a josep escaich

director general de bioibèrica  
en este año 2005, la empresa farmacéutica catalana celebrará su 30 aniversario haciendo bueno, más que nunca, el lema "resultados y personas"

### 1.- Bioibèrica nació el año 1975. ¿Cuál era su objetivo inicial?

Bioibèrica nació el año 1975 dentro de un grupo catalán dedicado a la distribución de productos. El primer medicamento que produjo fue la heparina, un anticoagulante.

### 2.- El negocio de Bioibèrica, ¿se centra únicamente en el ámbito del ingrediente activo?

Es la parte más importante del negocio, aunque, conforme ha ido pasando el tiempo, aparte de heparina la empresa ha emprendido la producción de nuevas sustancias activas, tales como el sulfato de condroitina, el ácido hialurónico o la glucosamina.

### 3.- ¿También ha provocado un cambio el paso del tiempo en el ámbito de acción de Bioibèrica?

Efectivamente. Con los años han nacido nuevas actividades a partir de la producción del ingrediente activo. Actualmente Bioibèrica tiene seis divisiones: Bioibèrica Farma, Veterinaria, Fisiología Vegetal, Mejora Nutricional, Joint Care y Sport Nutrition.

### 4.- ¿A qué se dedica cada una de estas divisiones?

Joint Care —la primera en aparecer— se especializa en ingredientes activos farmacéuticos y nutricionales, Bioibèrica Farma elabora y comercializa medicamentos que requieren receta. Fisiología Vegetal se ocupa de los productos para el tratamiento de cultivos, Mejora Nutricional trabaja en la nutrición animal de producción, Veterinaria está especializada en la alimentación de animales de compañía y, finalmente, Sport Nutrition dirigida a los deportistas.

### 5.- ¿Van sus productos destinados a patologías concretas?

Hay tres focos o campos terapéuticos de actuación —salud articular, estrés de las plantas y sistema digestivo de los animales—, en cada uno de los cuales desarrollan su actividad las diversas divisiones de Bioibèrica. Por ejemplo, Joint Care, Veterinaria, Bioibèrica Farma y Sport Nutrition trabajan en el campo terapéutico de la artrosis/condroprotección (salud de las articulaciones), la división de Fisiología Vegetal lo hace en el campo del estrés de las plantas (agricultura y campos de golf) y, por último, la división de Mejora Nutricional trabaja en el ámbito terapéutico del sistema digestivo de los animales.

### 6.- ¿Cómo están organizados los equipos de investigación?

Detrás de cada foco estratégico, es decir, de cada campo terapéutico, hay un equipo de investigación especializado que constantemente intercambia la información obtenida con los otros equipos, lo cual permite lograr un aprovechamiento máximo de los resultados de las investigaciones. Esta filosofía se aplica también a otros ámbitos de la empresa, como el comercial, por ejemplo.

### 7.- Hablemos de relaciones comerciales. ¿Qué países son clientes de Bioibèrica?

Aparte de tener presencia física en España, disponemos de instalaciones en los Estados Unidos, en Polonia y en China; también tenemos proyectos en América del Sur. En cuanto a las exportaciones, nuestros productos llegan a 50 países, lo cual demuestra nuestra vocación exportadora, presente en la empresa desde sus inicios, hace ahora 30 años.

### 8.- Y después de haber recorrido todo este camino, ¿hacia dónde va la empresa?

Eso dependerá de lo que seamos capaces de hacer todos los que trabajamos en la empresa. Los responsables de Bioibèrica tienen muy claro que se llegará hasta donde seamos capaces de llegar, porque estamos convencidos de que, más allá de las estrategias empresariales, una empresa avanza por el impulso que pueda dar el potencial humano de sus trabajadores. No basta con la obtención de buenos resultados, es necesario que el equipo se sienta satisfecho de haberlos logrado, que esté motivado para seguir adelante, que haya un buen ambiente.

### 9.- ¿Y cómo logra Bioibèrica estimular su capital humano?

Nosotros ponemos un grandísimo esmero en todo el proceso de selección de personal, porque creemos que escoger a las personas adecuadas determinará el éxito de nuestro trabajo. La elección no sólo se basa en la capacidad técnica de los candidatos, sino que también tenemos muy en cuenta su personalidad.

Después hay que trabajar en la creación y en el desarrollo de un entorno positivo, exigente pero al mismo tiempo respetuoso con las personas, un entorno que las aprecie sinceramente.

### 10.- ¿Cuál debe ser el perfil del trabajador de Bioibèrica?

Buscamos personas competentes y que se sientan bien en la empresa, personas que sean personas, que tengan sensibilidad, que se alegren de las cosas buenas pero que también les afecten las que no lo son tanto, que no tengan miedo de las emociones y de los sentimientos. Nosotros nos encargamos de crear el ambiente más óptimo de trabajo y, en ese sentido, potenciamos sobremanera la promoción interna. En eso nos ayuda mucho el hecho de que tenemos gente joven que aporta nuevas energías a la empresa.

Nuestra máxima es "resultados y personas".

Ajuntament  de Barcelona

Promoción Económica

# barcelona:

## B buenas noticias

otoño / invierno 2004 -05 nº 32

**edita:** Dirección de Promoción Económica  
Comisión de Promoción Económica,  
Ocupación y Conocimiento

**director:** Mario Rubert

**redacción e imagen:** Isabel Carranza,  
Steven Guest, Agustí Esteve

**coordinadora de imagen:** Margarita Cabrero

**diseño y maquetación:**  
Dockland Comunicació, S.A.

**dirección:**  
C/ Avinyó, nº 7, 1ª planta  
08002 Barcelona  
Tel.: 93 402 74 78  
Fax: 93 402 75 97  
e-mail: rlorca@mail.bcn.es