

LA ECONOMÍA REAL



El aceite se ha convertido en fuente de rentabilidad para la cooperativa Coselva. AFP

Cómo convertir el aceite a granel en botellas de lujo

En 2006, Coselva no envió ni una gota a los mayoristas italianos

Jordi Sacristán

BARCELONA. Por primera vez en sus 107 años de historia, Coselva (la Cooperativa de la Selva del Camp, Tarragona) ha logrado dejar de exportar aceite de oliva a granel a Italia. Durante décadas, las cooperativas catalanas han vendido su producción de aceite a envasadores italianos que embotellaban y vendían el aceite por todo el mundo como un producto de gran calidad, originario de su país. Ahora, las cosas han cambiado.

En 2006, Coselva envasó toda su producción de aceite con la marca de prestigio Antara y no exportó nada a granel. Por el contrario, las exportaciones de aceite de oliva embotellado a Europa, Estados Unidos, México y Sudamérica crecieron de forma sustancial. Mercados como Polonia, donde Coselva exporta des-

de 1989, registraron los mayores incrementos.

Coselva es una cooperativa creada en 1900, que cuenta con 1.200 socios y que en el ejercicio 2006, cerrado en agosto, alcanzó unas ventas de 30 millones de euros, seis más que el año anterior. La mitad de esta cifra corresponde a las exportaciones.

Cooperativa de frutos secos

La mayor parte de las ventas de Coselva no se deben al aceite, sino a los frutos secos. El 70 por ciento de su facturación corresponde a la elaboración y envasado de frutos secos; el 10 por ciento al aceite; y el restante 20 por ciento a sus negocios de suministro de tuberías, construcción de embalajes y actividad crediticia a través de su caja agraria. En la década de los 80, Coselva sufrió una crisis financiera y "decí-

dimos que la única solución para ganar rentabilidad era aproximar la producción de nuestros socios al consumidor final, ya sea la industria del chocolate o el cliente que compra en los lineales de las grandes superficies", explica el director administrativo de la cooperativa, Josep Daroca.

Además, la entidad ha apostado muy fuerte por la inversión en investigación y desarrollo. "Inventamos un sistema para envasar frutos secos en una atmósfera de nitrógeno que permite conservar los frutos secos durante tres años, mucho más que con el viejo envasado al vacío", explica Daroca. El sistema ha sido un éxito.

Coselva también cuenta con una *agrotienda virtual* en la que a través de Internet vende sus productos a clientes de ciudades como Nueva York o Caracas.

Barcelona tiene un vivero que ha visto nacer más de 6.000 empresas

Este año, Barcelona Activa gastará cerca de 27 millones en ayudar a nuevos empresarios

BARCELONA. Más de 11.000 proyectos empresariales han pasado por Barcelona Activa, la agencia de desarrollo local promovida por el Ayuntamiento de la capital catalana, en 20 años. La entidad estima que en este periodo más de 6.000 empresas han tomado forma y se han generado unos 15.000 empleos.

Cuando nació en 1986, el consistorio de Barcelona aportó el cien por cien de los 500.000 euros que costó ponerla en marcha. La sociedad, además de contar con un vivero de empresas, trabaja en cola-

boración con las entidades municipales en programas de inserción laboral y de acompañamiento de nuevos proyectos empresariales. La agencia, que preside Maravillas Rojo, destinará en 2007 casi 27 millones de euros a estas actividades.

En los últimos años, el organismo ha asesorado una media de mil nuevos proyectos empresariales por año, de los que un 60 por ciento ha conseguido su objetivo: ser una empresa. El fondo de capital riesgo que este organismo impulsó en 1999 ha invertido hasta la fecha más de 6 millones de euros en 14 empresas innovadoras. Según Barcelona Activa, el 80 por ciento de las pequeñas compañías que empezaron en el vivero sobreviven una vez fuera, y en la actualidad facturan una media cercana al millón de euros.

Cuando la globalización es el eje del negocio

El negocio de embalajes de Plasticband crece un 15% gracias al aumento de las exportaciones

P. Zapata

BARCELONA. La empresa catalana Plasticband, propiedad de las familias Guimet y Sisó, exportó el pasado año un 35 por ciento de su producción de materiales y maquinaria de embalajes. Japón, Francia, Alemania y Estados Unidos son los prin-

cipales destinos de la empresa, que cuenta con 35 empleados. Plasticband tiene, además, una segunda fábrica en Argentina y una oficina comercial en Francia.

"Los países del Este son un mercado cada vez más fuerte", asegura Jordi Guimet, director general de la empresa, que comercializa en otros 40 mercados de Europa y Asia, gracias a los cuales alcanza estas altas cifras de exportación. "Que esperamos se mantengan en el 35 por ciento y no bajen en 2007". Plasticband ha cerrado 2006 con más de seis millones de facturación.

Ikusi tiene ya la mitad de su mercado fuera de España

Especializada en equipos y sistemas electrónicos, opera con filiales en ocho países

C.L.

BILBAO. La compañía guipuzcoana Ikusi, especializada en el diseño y fabricación de equipos y sistemas electrónicos, tiene ya una parte muy significativa de sus clientes fuera de nuestras fronteras.

La apuesta de Ikusi por los mercados exteriores no es nueva, pero se ha intensificado de forma muy notable y ya dispone de centros operativos en ocho países: México, Chile, Alemania, Francia, Portugal, Rusia, Emiratos Árabes y Australia.

Ikusi es el resultado de la iniciativa del empresario guipuzcoano Ángel Iglesias y hoy en día es una de las empresas más punteras de su sector y que cuenta con numerosos galardones, como el Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en Innovación 2005.



Instalaciones de Ikusi. ARCHIVO

La compañía tiene su sede central en el Parque Tecnológico de San Sebastián, así como otra planta productiva en La Rioja. Su volumen de negocio supera los 90 millones de euros y su plantilla total las 700 personas, de las cuales el 25 por ciento trabaja en las filiales exteriores.

La expansión internacional de Ikusi se ha visto reforzada en el último año con la apertura de dos nuevas oficinas filiales en Australia y otra en Alemania, en alianza con la compañía local Bema Steuerungs-technik. Las nuevas filiales de Aus-

tralia van orientadas al mercado de equipos de comunicaciones, especialmente dirigidos a señales de televisión; mientras que la nueva filial alemana se centra en sistemas de control remoto para grúas puente industriales y grúas de construcción como para aplicaciones especiales móviles.

Ikusi se ha consolidado en los mercados internacionales gracias a su apuesta por la innovación, ya que dedica el cinco por ciento de sus facturación a I+D para el desarrollo de tecnología propia.