

Economía



British Airways no está interesada en lanzar una opa sobre Iberia
PÁGINA 58

ESPAÑA ↑ 2,28% LONDRES ↑ 1,38% NUEVA YORK ↑ 1,66% PETRÓLEO ↓ 0,92% DÓLAR/EURO ↑ 0,41% YEN/EURO ↑ 1,07%

Variación semanal

LOS NUEVOS SECTORES ECONÓMICOS »

Catalunya busca su Seat aeroespacial

El sector aeronáutico y del espacio requiere una gran empresa tractora para despegar

► **Prioridad de la Generalitat desde el 2000, el aeroespacial catalán es todavía una promesa de futuro que atrae de forma periódica a empresas de otros sectores; la última, Ficosa. Sin embargo, la crisis de Airbus ha demostrado que éste es también un sector vulnerable, y el catalán, un núcleo disperso que busca su gran empresa motora.**

RAMON AYMERICH

BARCELONA. – “Fue en una conferencia de BAIE, la Asociación Barcelona Aeronáutica y del Espacio. Salió Joan Martorell con su *powerpoint* y empezó a explicar las oportunidades y las barreras que ofrece el sector. Aquel día supe que quería trabajar en el aeroespacial”. Manel Caro y sus dos socios se han instalado en un local en Terrassa. Los tres proceden de empresas de alta tecnología donde realizaban circuitos electrónicos e integración de sistemas electromecánicos. “Hemos cambiado porque el aeroespacial

Gutmar es la veterana en un sector que factura en conjunto 105 millones. GTD, la que crece con mayor rapidez

nos permite seguir trabajando en alta tecnología, pero desde un sector más sofisticado y con futuro”.

En efecto, el aeronáutico es un sector con futuro. Es, junto a la energía y las telecomunicaciones, uno de los motores de la economía global y aquél en el que se produce mayor transferencia de tecnología a las empresas. Pero trabajar en él no es fácil. Se trata de un entorno de alta



LIUBERT TEIXIDÓ

Joan Martorell, de Gutmar: “Este es el mejor momento”

tecnología en el que las empresas trabajan a riesgo compartido. Esto es, deben autofinanciarse el desarrollo de las piezas en un proceso que puede durar hasta tres años. Tres años sin ver un euro, un plazo muy largo para una pyme. De momento, Caro y sus amigos no han dejado de hacer visitas y se han inscrito en BAIE. “La asociación te sirve para estar al día de todo lo que ocurre en el sector”, comentan.

BAIE promueve el área barcelonesa como *cluster* para el sector. La asociación fue idea de Joan Clos en el 2000. El entonces alcalde sabía del potencial del sector por muchas razones. Una de ellas, porque al hoy ministro le gusta pilotar Cessnas en Sabadell. Convenció de ello a la Generalitat y a Josep Piqué, entonces en el Ministerio de Industria. Hoy BAIE son 90 socios, de los que 60 son empresas con intereses muy diversos, y el resto, universidades e instituciones. En conjunto, su facturación apenas supera los 100 millones de euros. “Seis años son muy pocos –razona Mariano López, su director general–. Parece mucho si se mide en tiempo electoral, pero es muy poco para un sector como éste,

Un sector diverso

Empresa	Actividad
■GTD	Software crítico y sistemas de control
■Gutmar	Mecánica de precisión
■Serra Sold	Ensamblado
■Aritex	Ensamblado
■Starlab	Observación de la tierra
■Cimsa	Paracaídas
■Ultramàgic	Globos aerostáticos
■Neotex	Textil
■Indra*	Ingeniería
■Sener*	Ingeniería

*Delegaciones

LA VANGUARDIA

que se mueve en ciclos de diez a veinte años”.

López lleva razón en una cosa. En la automoción, un modelo dura entre cinco y siete años, pero implica la fabricación de series masivas. En aeronáutica, los ciclos de producto pueden durar hasta 25 años. “Una vez superadas las barreras de entrada de calidad, tecnológicas y financieras, tienes asegurada una pro-

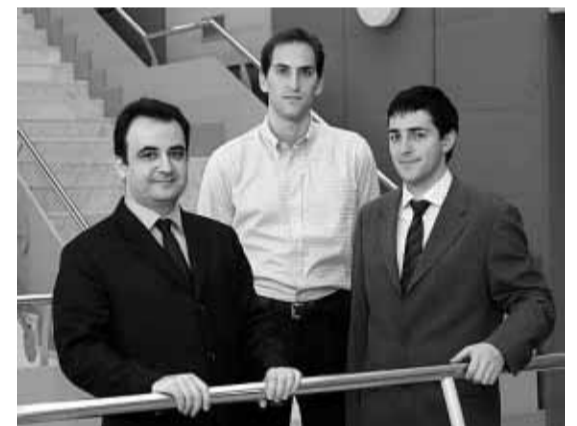
ducción durante un mínimo de 20 años ¿En qué sector industrial podemos en Europa garantizar un trabajo durante este tiempo”, dice Joan Martorell, presidente de Gutmar. La empresa es una rara avis en el sector. Lleva desde 1975 trabajando para Eurocopter y se ha acreditado como una compañía puntera en la mecánica de precisión. “Éste es un buen momento para el aeroespacial –explica Martorell– Hay una demanda muy variada. Y Catalunya tiene un buen tejido de pymes que hacen bien las cosas. Sólo hace falta una cosa, que sepan colaborar entre ellas, porque éste es un sector con mucho I+D y en el que hay que trabajar a largo plazo”.

El optimismo de Martorell lo matizan hechos como la reciente reestructuración de Airbus, la primera en la historia de esta empresa paneuropea nacida en los 70 y que es el principal cliente del sector. Los retrasos en la fabricación del A-380 se han cobrado ya alguna que otra baja: ASM-Dimatec, de Reus, dedicada a la robótica, que empezó en la automoción y acabó, por un breve periodo, en la aeronáutica.

De la automoción procede también Ficosa, que ha cerrado en los últimos meses un acuerdo con Serra Soldadura para concurrir conjuntamente por piezas embarcadas del Airbus. “El de Ficosa es un magnífico ejemplo de lo que se puede hacer –dice Juan de Dalmau–, de cómo aportar experiencia y *management* de otros sectores”. De Dalmau es ingeniero y procede de la Agencia Espacial Europea (ESA). Dirige el CTAE (Centre Tecnològic per a la Indústria Aeronàutica i de l'Espai), organismo impulsado por la Generalitat (Cidem) y gestionado por BAIE y por las empresas del sector, cuyo primer objetivo es ayudar a las empresas a sacar provecho de la capacidad de investigación de las uni-

versidades y a colaborar en la innovación. “Nuestro primer trabajo es encontrar puntos de contacto entre las empresas y proponer áreas de investigación aplicada, que permitan rentabilizar las inversiones en personal experto y en equipamiento de investigación. Actualmente en Catalunya éste es un sector muy disperso, con una mayoría de pymes con especialidades diferentes las unas a las otras”.

En efecto, el sector abarca empresas tan dispares como Gutmar (mecánica de precisión), Serra Soldadura y Aritex (instalaciones de ensamblado y máquinas herramienta para grandes aviones comerciales), Mier



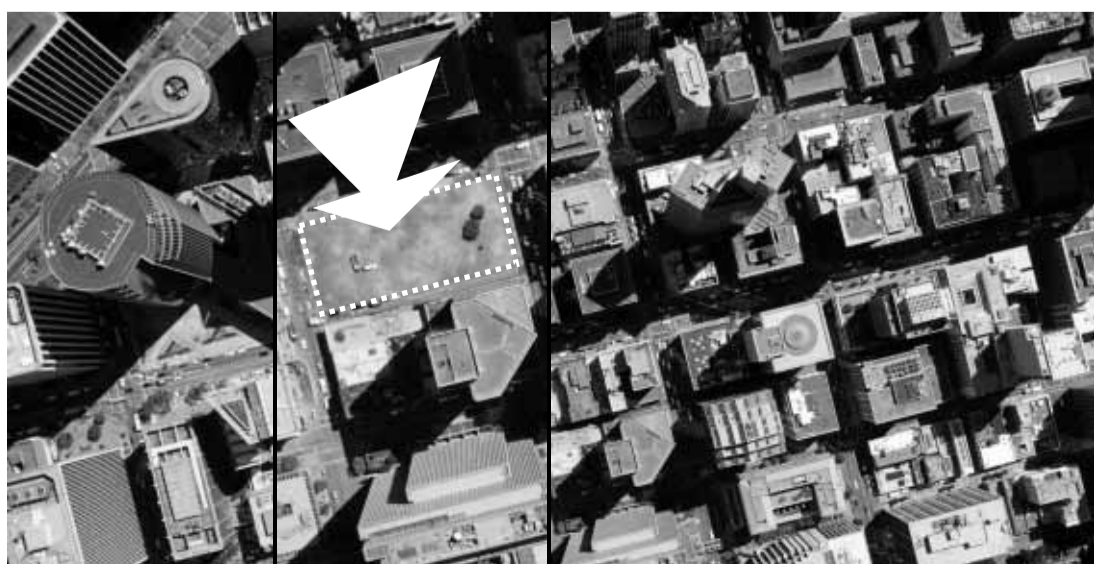
JAUME MERCADER

Manel Caro y sus dos socios. Es sólo el principio

La crisis de Airbus prueba que éste es también un sector vulnerable que ya se ha cobrado alguna baja: la reusense ASM-Dimatec

Comunicaciones (satélites), Starlab (observación de la tierra desde el espacio), Cimsa (paracaídas), Ultramàgic (globos aerostáticos), Neotex (textil)... Eso, sin contar las importantes delegaciones que dos grandes empresas de ingeniería mantienen en Barcelona, como es el caso de Indra o Sener... Y GTD, dedicada a

Continúa en la página siguiente



COMPRAMOS
SOLARES EN NÚCLEOS URBANOS

93 400 50 06
www.rentacorporacion.com

RENTA
CORPORACIÓN

Willie Walsh: "British Airways no está interesada en comprar Iberia"

Lufthansa dice que la española le "encaja" pero cree excesivo su precio

► Sigue el baile de parejas en torno a Iberia. Tras el interés del fondo TPG, el presidente de British Airways aclaró este fin de semana al diario *The Guardian* que no está interesado en comprarla, mientras que su competidora Lufthansa considera que le "encaja".

BARCELONA. (Redacción y agencias). – El presidente de British Airways (BA), Willie Walsh, desmintió ayer que la aerolínea tenga intención de lanzar una oferta pública de adquisición (opa) sobre Iberia, según una entrevista publicada por el diario británico *The Guardian*. Walsh aseguró que British Airways "no está interesada en comprar Iberia", aclarando la postura de la compañía que la semana pasada advirtió en un comunicado que está estudiando "todas las posibilidades, incluida la venta" de su participación en Iberia.

Walsh apuntó que uno de los puntos fuertes de la aerolínea española es su red en Latinoamérica, reforzada por los tratados vigentes entre España y los países sudamericanos que excluyen a las compañías británicas de la compra de esas rutas. Dichos acuerdos bilaterales, señaló, impedirían a una aerolínea no española comprar o fusionarse con Iberia.

Tras conocerse el interés del grupo Texas Pacific Group (TPG) por com-



Un jumbo de British en Heathrow

prar la aerolínea española, el diario británico *The Financial Times* apuntó que British Airways "podría formar un consorcio" para pujar por Iberia. TPG solicitó información a Iberia para la posible formulación de una opa sobre la totalidad de las acciones de la aerolínea a un precio indicativo de 3,60 euros en efectivo por acción, lo que supondría valorar Iberia en unos 3.413,03 millones de euros.

Iberia podría ser también un objetivo de compra para la aerolínea alemana Lufthansa. Su presidente, Wolfgang Mayrhuber, destacó en una entrevista concedida al diario austriaco

Der Standard que tanto la aerolínea española como Alitalia "encajan" en la estrategia de su compañía. No obstante, Mayrhuber precisó que es necesario valorar el peso de otras condiciones que luego podrían crear "dificultades financieras" a la empresa. "Lufthansa no puede cometer el error de una inversión equivocada, ya que nos puede costar muy caro", señaló.

Así, el presidente de Lufthansa consideró que el precio de Iberia es "excesivo", debido principalmente a las actuales discusiones sobre su posible venta, y recordó que ya cuenta en su accionariado con otra gran aerolínea europea, British Airways, con una participación del 10%. Como dificultades adicionales, Mayrhuber añadió que la aerolínea presidida por Fernando Conte también está "en la alianza equivocada", ya que mientras que Lufthansa lidera Star Alliance, Iberia se sitúa en Oneworld, junto con British Airways. "Lufthansa no necesita preocuparse hoy o mañana sobre su futuro. ¿Pero qué papel tendrá Lufthansa dentro de diez años?", ante la cada vez mayor competencia en el sector.

Para Mayrhuber, la existencia de mucho dinero en el mercado para invertir explica las operaciones y los rumores que vive el sector de las aerolíneas. Otra posible operación, que involucra a British Airways, es la compra de la también británica BMI, la segunda en importancia en el aeropuerto de Londres-Heathrow, por detrás de la propia BA. El presidente de esta firma desmintió también el interés de British Airways en esta compra.●

Barcelona necesita atraer un gran proyecto para el aeroespacial

Viene de la página anterior

la elaboración de software crítico y sistemas de control. Fue GTD, que preside Carlos Kinder, la que posibilitó que el pasado 8 de diciembre el nombre de Barcelona volara a gran altura, al ir inscrito en la carcasa de un Ariane 5. "El éxito de la misión nos ha permitido renovar el contrato para el centro de control de Kourou –en la Guayana francesa–, que gestionamos desde hace cuatro años, y nos permitirá participar también en la renovación del proyecto Soyuz", explica Kinder.

GTD intentó en el 2004 comprar



Juan de Dalmau, del CTAE

Gamesa Aeroespacial. Fue el primer intento de hacerse con una gran empresa que pudiera arrastrar al resto del sector –lo que en el argot se conoce como empresa tractora–, capaz de desempeñar el papel de Seat en la industria de la automoción. La operación fracasó. Como también fracasó el intento de atraer a Catalunya una factoría de Eurocopter. Al final, la presencia de José Bono en el Ministerio de Defensa hizo que la factoría se instalara en Albacete. "Tener un proyecto tractor es algo esencial para el sector. Y hay varias maneras de hacerlo. O se compra una empresa de forma conjunta, o se alían varias, o se busca atraer un gran proyecto. Eso es lo que nos daría fuerza", señala Juan de Dalmau. Mientras Catalunya busca su Seat aeroespacial, Caro y sus colegas han empezado ya a dar sus primeros pasos en el sector con el nombre de ISEE.●

TRIBUNA

La madre de la peluquera

ENRIC LLARCH

Llamo a mi amiga de Valldoreix para ver si se apunta al cine por la tarde con nosotros y me dice que está reventada. Acaba de volver del Saló de l'Ensenyament y se ha tenido que tragar una cola que ocupaba media avenida de Maria Cristina sólo para comprar las entradas. Tan fácil que hubiera sido si las vendiesen por el Servi-caixa, se exclama. Pienso que está bien que los jóvenes se interesen por sus opciones de futuro y que el marketing ha llegado a toda la formación.

Mi amiga está preocupadísima porque su hija dice que no quiere estudiar y que quiere ser peluquera. Ya se sabe que los adolescentes, procuro animarla, siempre quieren llevar la contraria y si en casa los dos son universitarios, pues a formación profesional se ha dicho. Módulos, me corrige, con lo que veo que lo del marketing va en serio. Sin embargo, no puedo más que recordar la teoría que estos días está tan de moda sobre el hundimiento de las clases medias y su sustitución por una nueva clase *low cost*. Además, añade ella, esto de las peluquerías dentro de dos días ya estará en manos de los inmigrantes sudamericanos. Le respondo que lo dice porque no ha visto las de los chinos de la calle Trafalgar y me doy cuenta de que más valía callar. Piensa en esos chicos de Sant Cugat que han ganado un Oscar como maquilladores, intento corregirme.

Así que mi amiga ha convencido a su hija, que todavía cursa tercero de ESO, de que la acompañe al Saló con una compañera del instituto para ver si se le abren un poco los horizontes. Pero cuando consiguen entrar, mi amiga se da cuenta de que las escuelas de peluquería y estética tienen los stands más atractivos del recinto. Hacen prácticas de cara al público de maquillaje, de peluquería, de masajes o de tatuajes de purpurina. Hasta hay uno en el que un grupo de tres chicas y un chico baila a ritmo de discoteca con un maquillaje de fantasía y unos vestidos que recuerdan vagamente los de los *armats* de Semana Santa. Cuando mi amiga consigue arrancar a sus chicas de los stands de las academias de peluquería, tienen que atender los intereses de la amigueta. Ésta quiere ser azafata, y en la primera de las tres academias que encuentran les anun-

QUIZÁS SEA

verdad que la clase media desaparece y está emergiendo una clase 'low-cost'

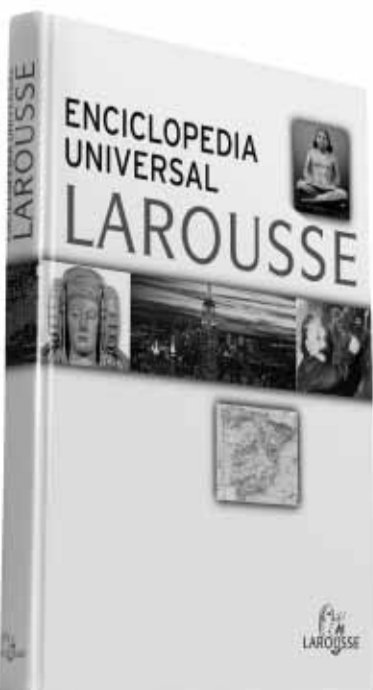
cian que con sólo dos años de formación pueden encontrar empleo a razón de dos o tres mil euros mensuales, esto último si se sabe inglés, claro. A mi amiga le parece exagerado, pero calla a ver si su hija se da cuenta de que hay profesiones con más futuro que la peluquería. Yo le comento los últimos informes sobre retribuciones que explican que la distancia salarial entre los licenciados y los no licenciados está reduciéndose y que los jóvenes se ven tentados a ganar dinero bien pronto en trabajos poco cualificados. Mi amiga me responde un poco airada que si por lo menos fuera para ahorrar y pagar la entrada de un piso, aún, pero que todo se lo revientan en diversiones o en viajes. Otra vez el *low cost*. Está claro que al ritmo que hasta ahora subían los pisos a nadie se le ocurría acumular unos ahorros que rápidamente perdían poder adquisitivo.

Finalmente, mi amiga consigue llevar a las niñas a los stands del Departament d'Ensenyament para ver si les hacen una buena propaganda del bachillerato. Efectivamente, les atienden de forma clara y profesional. Allí no hay colas, tal vez porque tampoco hay clases prácticas ni actuaciones en directo. El marketing parece que no ha llegado a la escuela pública, quizás porque piensan tener la clientela asegurada. Mi amiga se vuelve a casa algo decepcionada mientras deja a las niñas haciendo cola para que les pongan unas extensiones en el pelo. Así que decidimos quedar por la noche para ver a Lluís Llach por TV3 y olvidarnos por un rato de las peluqueras.●

ENRIC LLARCH, economista

ENRIC LLARCH, economista

CONSIGUE CADA SÁBADO O DOMINGO UN NUEVO VOLUMEN DE LA GRAN ENCICLOPEDIA UNIVERSAL LAROUSSE



por sólo
9,95€

5 grandes obras de consulta en una

DICCIONARIO DE LA LENGUA
DICCIONARIO TERMINOLÓGICO
DICCIONARIO DE NOMBRES PROPIOS
COMPLEMENTOS ENCICLOPÉDICOS
ENCICLOPEDIA TEMÁTICA

6.720 páginas a todo color

140.000 entradas alfabéticas

Más de 400 mapas

2.500 dibujos e infografías

4.000 enlaces a páginas web

Gran formato de 218x297 mm

Más de 450 dossiers monográficos

Encuadernación de tapa dura

La obra definitiva de referencia para los estudiantes y toda la familia

LA VANGUARDIA

www.lavanguardia.es