

Ligang Zhao, director de la unitat mixta Henkel-ICIQ, en els laboratoris del Institut Català d'Investigació Química. FOTO: LLUÍS MILIÁN

Henkel investiga en Tarragona los adhesivos en base acuosa

La multinacional alemana empezó a colaborar con el ICIQ hace tres años

Núria Riu Tarragona

■ El Institut Català d'Investigacions Químiques (ICIQ) està detrás de las pruebas de la multinacional Henkel en el ámbito de los adhesivos en base acuosa. Unos materiales que tienen la ventaja de tener un impacto medioambiental menor, comparado con los adhesivos en base disolvente. Además de una disminución de sus efectos para la salud de los tra-

bajadores y los consumidores. Lo explica Ligang Zhao, doctor en investigación por el Instituto de Química Orgánica de Shanghai y director de la unidad mixta Henkel-ICIQ, quien apunta que la central de al firma en Düsseldorf está en trámite de registrar «varias patentes» relacionadas con este campo de estudio.

Los adhesivos en base acuosa pueden tener aplicaciones pa-

ra bricolaje, automoción, construcción e industria en general.

El desarrollo de adhesivos de alto rendimiento es fruto del modelo de investigación colaborativa mixto que la multinacional alemana inició en 2010.

Este marco de relaciones ha cosechado importantes resultados en el desarrollo de nuevos polímeros que presentan una alta reactividad, haciéndolos muy adecuados para aplicaciones co-

mo los adhesivos. Una colaboración que incluso ha sido reconocida por la Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació (FCRI) y por el Govern de la Generalitat con el Premi Nacional de Recerca en 2012 en la categoría de partenariado público-privado. Más de 25 post-doctores han pasado por esta unidad mixta.

Fundada en 1876 como una compañía especializada en la fa-

bricación de jabones Henkel, es la compañía líder en el mercado de adhesivos. A pesar de que también opera en el mercado de los detergentes y de la cosmética, el primero representa casi el 50% de las ventas a nivel mundial. Un área que cuenta con una red global de centros de I+D+i en los que se desarrollan los materiales del futuro. Solo en este campo cuenta con una plantilla de 1.600 empleados.

La I+D, política de empresa

La compañía invierte el 3% de sus ventas al desarrollo de nuevos productos. Una política de empresa que el pasado verano se traducía en la inauguración de dos nuevos centros de I+D en Catalunya, uno en Parc de Recerca de la UAB y el otro en el centro tecnológico Lietat de Terrassa. Esto supuso una inversión de 7 millones de euros para su puesta en marcha, mientras que se prevé una segunda partida de dimensiones idénticas para el funcionamiento de todos los centros en la península.

Con todo, el proyecto ha supuesto la creación de 55 nuevos puestos de trabajo, para investigadores de alto nivel, y cuya misión será dar una respuesta a las futuras necesidades en sectores como la electrónica, la automoción y la industria en general.

La multinacional se estableció en España en 1961 tras la compra de Gota de Ámbar. En la península cuenta con dos centros de producción y cuatro de distribución propios. En 2012 se alcanzaron unas ventas generadas de 503,5 millones.

A principios de octubre Henkel inauguró en Shanghai la mayor fábrica de adhesivos del mundo. La nueva planta, que es conocida como la 'Dragon Plant', cuenta con 150.000 metros cuadrados de espacio y es la central productiva para China y toda la región de Asia-Pacífico. Con una inversión de más de 50 millones de euros, en ésta trabajan 600 personas, y prevé alcanzar una producción anual que puede llegar a 428.000 toneladas métricas de adhesivos.

Libros

El plan de social media marketing

Autor: Manuel Alonso Coto y Sofía Martín Borowiecka

Editorial: Pearson

■ La realidad en la que vivimos nos demuestra que muchas empresas ven la necesidad de estar presentes en redes sociales; sin embargo, es imprescindible disponer de una metodología que permita desarrollar acciones comerciales sobre medios sociales integradas con la estrategia so-



ciales integradas con la estrategia global de la compañía y con claras garantías de éxito.

De empleado a emprendedor

Autor: Chris Garden y Catherine Blackburn

Editorial: Pearson

■ El objetivo de los autores es animarte a considerar seriamente si llevar a cabo este cambio importante es adecuado para ti. Te sugieren el modo de hacerlo de una manera satisfactoria tanto financiera, como física y emocionalmente.

El libro está basado en la experiencia es todo, dirigir tu propia em-



presa te puede dar un control real sobre tu vida y es más fácil de lo que crees.

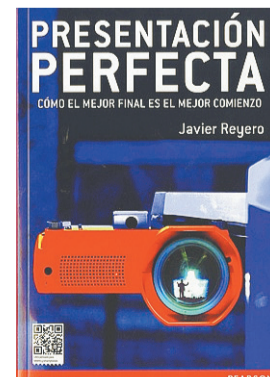
Presentación perfecta

Autor: Javier Reyero

Editorial: Pearson

■ Casi todas las sensaciones que tiene un orador antes de hablar van de malas a peores, el miedo se adueña de su comportamiento y queda dominado por su peor versión.

¿Se siente identificado? Javier Reyero muestra desde su experiencia cómo luchar contra el miedo y qué hacer para lograr que una presen-



tación temida se convierta en una presentación perfecta. El mejor final es el mejor comienzo.