



 **EXPOQUIMIA**
The International Chemistry Event

 **EQUIPLAST**
The International Plastics and Rubber Event

 **EUROSURFAS**
The International Surface Treatment Event

CHEMICAL NEWS


Fira Barcelona

 **EUROSURFAS**
The International Surface Treatment Event

**SENTANDO LAS BASES
DEL WORLD CHEMICAL SUMMIT**
pág. 2

**EL WCHS SE PRESENTA
EN JAPÓN Y COREA DEL SUR**
pág. 4

BALANCE DEL CONGRESO EUROCAR
pág. 5

**LA AERONÁUTICA OFRECE
UN FUTURO PROMETEDOR**
pág. 7

PILAR NAVARRO, DIRECTORA DE EXPOQUIMIA, EUROSURFAS Y EQUIPLAST

“Hemos comenzado a sentar las bases del World Chemical Summit”

La última edición de Expoquimia, Eurosurf y Equiplast en Fira Barcelona ha demostrado, una vez más, que estamos ante el gran escaparate comercial del sector. Y, además, ha supuesto el inicio de una nueva etapa encaminada hacia objetivos aún más amplios: el futuro World Chemical Summit. De todo ello habla en esta entrevista Pilar Navarro, directora de los tres salones.

¿Cuál es su balance de Expoquimia, Eurosurf y Equiplast?

Teniendo en cuenta las dificultades del momento, que han provocado el cierre de muchas empresas y la concentración de otras, hemos sido capaces de reunir en Expoquimia, Eurosurf y Equiplast, más de 600 expositores directos, 160 actividades, más de 200 novedades, 300 reuniones de negocios internacionales y 50 proyectos de todo el mundo, en una edición que ha sido el inicio de una nueva etapa cuyo principal objetivo es transformarse en diez años



HA AUMENTADO EL NÚMERO DE DECISION MAKERS ENTRE LOS VISITANTES

en el futuro World Chemical Summit, evento de referencia mundial del sector. Hemos vuelto a demostrar que somos el gran escaparate comercial del sector y la mejor plataforma de promoción y divulgación científica de la industria de la química aplicada del Mediterráneo.

Uno de los objetivos de esta edición era potenciar los contactos de negocio a través de la fórmula WICAP. ¿Lo han conseguido?

Con el objetivo de poder convertirnos en el futuro World Chemical Summit, donde se den cita ciencia, tecnología e industria a nivel mundial

PILAR NAVARRO

Licenciada en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Management Internacional y con formación complementaria en Gestión Empresarial (MBA), Dirección de Marketing y Dirección de Comunicación (UAB) y Dirección de las Nuevas Organizaciones en la Economía del Conocimiento (UOC), Pilar Navarro cuenta con una amplia trayectoria profesional en diversas multinacionales del sector de gran consumo, así como en Fira de Barcelona ejerciendo, desde el año 2001, funciones directivas en los salones Graphispag, Graphintro, Serigraph, Expoquimia, Equiplast, Eurosurf, Maquitech y Construmat. Pilar Navarro es la actual directora de la Unidad de Negocio de Química y Ciencias de la Vida- que engloba los salones Expoquimia, Equiplast, Eurosurf, PharmaProcess, de los que es directora, Fórum Dental y MiHealth- de Fira de Barcelona.

y cuya materialización prevemos para el año 2029, nuestra intención era incrementar, ya en esta edición, tanto el grado de internacionalización del salón como el número de proyectos e inversiones presentados a los expositores de Expoquimia, Eurosurfás y Equiplast. Pienso que hemos dado un primer paso hacia este objetivo, ya que hemos contado con un total de 37.846 visitantes, destacando el número de visitantes de calidad, básicamente *decision makers*, que ha crecido un 11% respecto a la pasada edición de 2011. El Foro WICAP, al que se han presentado 55 proyectos de todo el mundo, es el puente para transformarnos en el World Chemical Summit, la materialización de lo que la ciencia y la industria son capaces de hacer. Por tanto, creo que hemos comenzado a sentar las bases para lograrlo.



EL WORLD CHEMICAL SUMMIT SERÁ EL EVENTO DE REFERENCIA MUNDIAL DEL SECTOR

Expoquimia, Eurosurfás y Equiplast se celebran cada tres años. ¿No cree que es mucho tiempo?

El ciclo de vida de los productos de estos tres sectores y el ritmo de los avances científicos

y técnicos que se van produciendo aconsejan esta periodicidad. Lo que sí es cierto es que creo que debemos mantener viva la llama de los salones en el periodo en que no hay convocatoria ferial. Ese es nuestro reto.

BALANCE 2014: MÁS DE 600 EXPOSITORES, 300 REUNIONES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y 50 PROYECTOS DE TODO EL MUNDO



VISITA A DOS GIGANTES ECONÓMICOS ASIÁTICOS

El World Chemical Summit se presenta en Japón y Corea del Sur

Sus responsables han dado a conocer la nueva etapa de los tres salones para convertirse en un evento de referencia mundial.

La dirección del World Chemical Summit (formado por Expoquimia, Eurosurf y Equiplast) ha viajado a Asia en el marco de una misión empresarial organizada por la Generalitat de Catalunya del 23 al 28 de febrero, con el objetivo de detectar nuevas oportunidades de negocio en varios sectores, en especial, en los de la química y la biofarmacia.

El viaje ha permitido mantener una serie de reuniones con diversas instituciones y empresas para explicar algunos detalles de la próxima edición de 2017 y presentar la nueva orientación de los salones. En este sentido, la directora del World Chemical Summit, Pilar Navarro, ha valorado muy positivamente el resultado de los encuentros: "hemos recibido una muy buena respuesta por parte de las empresas e instituciones, que han mostrado un gran interés en saber cómo será el futuro World Chemical Summit de Fira de Barcelona".

CIENCIAS DE LA VIDA Y QUÍMICA

Pilar Navarro también ha dado a conocer el funcionamiento de la nueva unidad de negocio de Ciencias de la Vida y Química de Fira de Barcelona, formada por los salones Expoquimia, Eurosurf, Equiplast, PharmaProcess, MiHealth y Forum Dental. El objetivo de esta unidad de negocio es divulgar, a través de espacios de reflexión y debate, las nuevas tendencias que se están perfilando para mejorar el bienestar de la sociedad. Navarro ha señalado que "esta nue-

EL OBJETIVO DEL VIAJE HA SIDO DETECTAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

va orientación ha despertado un gran interés entre las empresas que hemos visitado, ya que Japón y Corea son países punteros en biofarmacia o nanotecnología, por ejemplo".

Japón es la tercera economía mundial y el mayor inversor en la gran región de Asia-Pacífico. Por su parte Corea del Sur ha experimentado un gran crecimiento en los últimos 20 años, basado en actividades de valor añadido como la alta tecnología, y destina un 4% de su PIB a I+D.



EMPRESAS E INSTITUCIONES DE PRIMERA FILA

En su gira por estos dos países asiáticos, Navarro se ha entrevistado con representantes de empresas del sector farmacéutico, como las coreanas Daewoong, Dong-AST o KPMA y la japonesa Chagai, del Grupo Roche, entre otras. En lo que respecta a organizaciones empresariales e instituciones, cabe destacar, en Japón, la Fundación para la Investigación y la Innovación Biomédica y el Instituto RIKEN de Ciencia Computacional, la Asociación Japonesa de Bioindustria o la Asociación de Fabricantes Farmacéuticos de Osaka. También se ha mantenido una entrevista con el ministerio de Seguridad Alimentaria y del Medicamento de Corea del Sur.

BALANCE DEL CONGRESO EUROCAR

El congreso Eurocar, cita ineludible para el sector

El congreso Eurocar, que tuvo lugar los días 1 y 2 de octubre en el marco de Eurosurf, reunió a los máximos especialistas y los profesionales del tratamiento de superficies en el sector del automóvil. Hemos entrevistado a algunos de los participantes para conocer sus impresiones de primera mano.

Un centenar de asistentes, 27 ponencias, amplia variedad de temas y alto nivel técnico es el resumen escueto y objetivo del VIII Congreso Eurocar. Pero, ¿cómo lo vivieron sus participantes? ¿Respondió la organización y el planteamiento de las ponencias a sus expectativas previas? ¿Qué mejorarían de cara a próximas ediciones? Hemos hablado con algunos de los ponentes del congreso y estas son sus respuestas.

VALORACIÓN POSITIVA, EXPECTATIVAS CUMPLIDAS

José Luis Bilbao, Sales Manager de España, Portugal y norte de África de la empresa Finishing Brands, es posiblemente una de las voces más autorizadas para valorar el congreso Eurocar:

“LA VALORACIÓN ES MUY POSITIVA”

“Yo he participado prácticamente en todas las ediciones de este congreso, desde la primera que se celebró en 1988, y he sido ponente en tres o cuatro ocasiones. Me parece un congreso muy oportuno, desde el primer día, y creo que es muy importante participar. Yo, de hecho, he participado con diferentes empresas, porque a lo largo de estos años he cambiado de compañía, pero siempre he asistido al congreso Eurocar”. Su experiencia en 2014 le ha dejado buen sabor de boca: “ha sido una edición muy interesante, y ha mejorado significativamente respecto al congreso anterior de tres años atrás”.



Esta última observación la comparte también Javier Ferron, de PSA Peugeot Citroën, quien afirma que “el congreso respondió a mis expectativas, y la valoración es buena, creo que ha sido mejor que en años anteriores”. Rafael Daniel, responsable de marketing de MacDermid España, no puede realizar esta comparación, porque esta ha sido su primera participación en el congreso Eurocar: “Para nosotros ha resultado una experiencia muy interesante, la valoración es muy positiva. Ha respondido totalmente a nuestras expectativas, la afluencia de asistentes fue numerosa y, sobre todo, concentraba a los profesionales del sector interesados en el tipo de procesos que nosotros presentamos durante el congreso”.

CONTACTO PROFESIONAL

El mismo Rafael Daniel explica qué ha sido lo más destacado desde su punto de vista: “Para nosotros, como ponentes, lo más importante ha sido tener la ocasión de dirigirnos no únicamente a nuestros clientes directos, sino a los usuarios finales. Hay que tener en cuenta que nuestros clientes trabajan en estrecha colaboración con el sector del automóvil y por eso nos pareció interesante acudir al congreso Eurocar, plenamente centrado en el mundo de la automoción”.

“Aparte de la experiencia y de compartir con los compañeros momentos muy interesantes”, indica Javier Ferron, “yo destacaría especialmente aquellas ponencias que se centraron en los nuevos avances del de la pintura del automóvil. Me gustaron sobre todo las presentaciones sobre las nuevas líneas de tratamiento de superficies”.

José Luis Bilbao, por su parte, echó en falta la presentación de más novedades: “Se han presentado sobre todo experiencias ya realizadas o que actualmente están en marcha. Eso sí, las presentaciones explicaron los detalles de estos proyectos, el por qué y el cómo, pero eché en falta más proyectos de futuro”.



“HA RESPONDIDO TOTALMENTE A NUESTRAS EXPECTATIVAS”

PREPARADOS PARA UNA PRÓXIMA EDICIÓN

Los tres participantes en el congreso Eurocar no dudan a la hora de prever su presencia en una próxima edición del congreso. “Y me gustaría encontrar lo mismo que en este, con eso yo me conformaría”, dice Javier Ferron. Más exigente se muestra José Luis Bilbao: “A mí me gustaría que el congreso se centrara un poco más en mostrar el futuro, en poner sobre la mesa lo que nos viene al conjunto del sector en los próximos años”.

Más allá del contenido y los perfiles de los asistentes, motivos por los que se animaría a asistir a la próxima edición, Rafael Daniel añade una última observación: “Quizá el coste de la inscripción era demasiado elevado, lo que dificultaba poder invitar a más personas y contar así con un público más amplio”.

La aeronáutica ofrece un futuro prometedor

El sector del tratamiento de superficies para aviones tiene ante sí unas buenas perspectivas ligadas al gran crecimiento de la aviación comercial previsto para los próximos 20 años.

En aeronáutica hay que distinguir dos grandes tipos de aplicaciones dentro del tratamiento de superficies: las que se realizan en los aviones de nueva fabricación y las orientadas al mantenimiento de los que ya están en servicio. En ambos casos las operaciones concretas que se llevan a cabo son muy diversas y varían según las necesidades de la aeronave (ver recuadro). Además, en los últimos años está proliferando el uso de la superficie exterior del fuselaje para vehicular mensajes publicitarios. Un ejemplo es la pintura singular que utilizó British Airways en su flota para promocionar los pasados Juegos Olímpicos de Londres.

La evolución del sector de la aviación está abriendo buenas perspectivas para el tratamiento de superficies. Actualmente están operando cerca de 20.000 aviones comerciales en todo el mundo. Según el periódico británico *The Guardian*, Boeing —uno de los dos grandes fabricantes mundiales junto con Airbus— prevé que para dentro de dos décadas esta cifra se doblará debido a la demanda creciente de las líneas aéreas.

LA INDUSTRIA EN ESPAÑA

La presencia de la industria aeronáutica en España también ha seguido una línea ascendente con la creación de diversos clústeres regionales en Madrid, Andalucía, Castilla La Mancha, País Vasco, Aragón, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Airbus tiene plantas

EL NUMERO DE AVIONES COMERCIALES SE PODRÍA DOBLAR EN DOS DÉCADAS

de montaje en Sevilla y Cádiz. Los talleres auxiliares de estas plantas se sitúan en estas dos ciudades, pero también en el País Vasco, Madrid y Cataluña. Las empresas dedicadas específicamente al tratamiento de superficies se concentran en estas tres últimas comunidades y en La Rioja. Cabe recordar que España participa en el consorcio Airbus de manera significativa.

Fuentes consultadas del sector apuntan a dos grandes retos para el futuro del tratamiento de superficies de aviones en España. El primero sería mejorar la capacidad de las empresas más pequeñas para responder al creciente nivel de exigencia de las compañías aéreas. El segundo, evitar los cambios continuos en la normativa y las trabas burocráticas que acaban provocando unos costes añadidos que luego no pueden ser transferidos al mercado debido a la alta competencia.

TRATAMIENTOS HABITUALES

- Eliminar tensiones de las piezas
- Detectar grietas
- Eliminar rebabas de fabricación
- Aumentar la resistencia de las superficies
- Decapar las superficies
- Desengrase de interfaces
- Acabados finales