

Vistaprint instala en Barcelona su centro europeo de marketing

La oficina de la imprenta americana en línea tendrá 100 empleados

El proveedor *online* de servicios de impresión Vistaprint ha escogido Barcelona para ubicar su centro europeo de marketing. La oficina, que ha supuesto una inversión de dos millones de euros, cuenta ya con 20 empleados y alcanzará los 100 a finales de año.

ROSARIO CORRERO *Barcelona*

El talento local catalán y español, la fuerte presencia de empresas multinacionales y una calidad de vida que facilitará la contratación de personal europeo fueron las razones aducidas por Robert Keane, fundador, presidente y consejero delegado de Vistaprint, a la hora de explicar por qué Barcelona había desplazado a otros posibles emplazamientos como París, Fráncfort, Bruselas, Londres o Ámsterdam. Keane no quiso especificar el precio por metro cuadrado de la oficina alquilada por su compañía en el edificio D de Metrovacesa Park en el distrito 22@, pero probablemente sea una de las razones que ha inclinado la balanza a favor de Barcelona.

El centro, con una superficie de 1.800 metros cuadrados, entró en funcionamiento a principios de mes. En la actualidad cuenta con una plantilla de 20 empleados, sobre todo especialistas en marketing y tecnologías

de la información, que serán 60 en junio y "alrededor de 100" a finales de año. La oficina de Barcelona se hará cargo de todos los servicios relacionados con la adquisición de nuevos clientes, fidelización de clientes existentes, análisis e investigación de mercado y soporte creativo y de infraestructura.

Vistaprint fue fundada en 1995 por su actual presidente Robert Keane y en el año 2000 trasladó su sede a EE UU. A parte de sus oficinas centrales ubicadas en Boston (EE UU) la compañía cuenta con dos plantas de impresión en Canadá y Holanda, desde donde distribuyen los 18.000 pedidos diarios de tarjetas de visita, folletos, invitaciones o libretas personalizadas recibidos a través de Internet a 120 países del mundo. La compañía, que cotiza en el Nasdaq, cerró 2006 con una facturación de 190 millones de euros y cuenta con una plantilla de 1.000 empleados.

La clave del negocio, según Keane, es haber abaratado los costes de impresión gracias al gran volumen de pedidos que manejan. "Hasta tal punto que sigue siendo rentable servir desde Canadá y Holanda a todos los países del mundo", explicó Keane. La planta de Canadá da servicio al continente americano y a parte del continente asiático y desde Holanda se sirve a Europa, África y parte de Asia. Los pedidos que los internautas diseñan y encargan en la pá-



Robert Keane, de Vistaprint, y Josep Huguet, consejero de Innovación, Universidad y Empresa. M. JORDI

Competencia al sector gráfico o nuevo mercado

"El mercado ya es global de todas maneras". Esa fue la respuesta del consejero de Innovación, Universidades y Empresa, Josep Huguet, a la pregunta de si las empresas cuyos pedidos se realizan a través de Internet suponen una amenaza para las firmas de impresión tradicional. "Estos servicios ya funcionan a través de las webs y lo seguirían haciendo aunque no estuvieran ubicados aquí", ex-

plícó Huguet. Por su parte, Robert Keane, consejero delegado de Vistaprint, explicó que su compañía es la alternativa a las impresiones que realizan los pequeños empresarios y los particulares en sus equipos domésticos. "La diferencia es que nosotros podemos proporcionar una calidad muy superior gracias a los volúmenes que manejamos y que nos permiten abaratar los costes", dijo Keane.

gina web de Vistaprint son servidos en un plazo de tres días laborables.

En todo el mundo la compañía tiene 17 páginas web. La española se lanzó hace dos años para dar servicio principalmente a pequeñas empresas, que representan el 90% de sus clientes, y a consumidores particulares, que suponen el otro 10%.

La Agencia Catalana de Inversiones, de la Generalitat de Cataluña, ha asesorado a Vistaprint ofreciendo a la compañía americana posibles ubicaciones para su centro y contactos con empresas de trabajo temporal y universidades.