

EN  
LÍNEA

## MECALUX

## Ampliación del 'showroom' de Cornellà

■ La compañía de sistemas de almacenaje Mecalux ha ampliado y remodelado el *showroom* que posee en su sede central de Cornellà de Llobregat (Barcelona). El objetivo ha sido duplicar la superficie hasta los 2.500 m<sup>2</sup> para poder mostrar a los clientes todos sus productos a tamaño real. / Redacción

## ALMIRALL

## El beneficio de la empresa cae un 40%

■ La farmacéutica Almirall obtuvo un beneficio neto de 30,6 millones de euros durante el primer trimestre del año, un 40% menos que en el mismo periodo del año anterior. Sus ventas se redujeron un 12,3%, hasta los 212,7 millones por los distintos niveles de precios en la comparativa interanual. / EP

## IMIRA ENTERTAINMENT

## Venta de series para TV en América Latina

■ Imira Entertainment, compañía española de producción y distribución audiovisual especializada en contenido infantil y juvenil, ha cerrado acuerdos de venta de series de televisión en Brasil, Argentina y Ecuador. La empresa ha reforzado así su presencia en el mercado latinoamericano. / Redacción

ARCHIV  
'Lucky Fred', una serie de Imira

## EMPRENDEDORES

Aniceto Jiménez Pita fabrica relojes de alta gama reconocidos en todo el mundo

## ¿Hublot, Cartier? Pita Barcelona

MAR GALTÉS  
Barcelona

**T**odavía están en trámites para crear la sociedad limitada Pita Barcelona. "Todo se ha acelerado mucho", dice Aniceto Jiménez Pita en el minúsculo taller de su joyería-relojería Pita de la avenida Meridiana de Barcelona. Un lugar en el que se amontonan máquinas y herramientas de precisión, prototipos, relojes de cualquier tipo para arreglar, diseños y cálculos escritos (mejor, garabateados) en un papel aprovechado... Un lugar que desprende muchas cosas menos glamur. Sin embargo, de aquí salen unos relojes reconocidos en el mundo entero, por su innovación y diseño diferencial y porque cuestan a partir de 4.000 euros el Oceana (su caja, patentada, resiste 5.000 metros de profundidad) y de 11.000 a 23.000 euros el resto, unos quince modelos que se fabrican casi bajo pedido.

Pita Barcelona es una marca conocida en los foros de relojería en todo el mundo: dicen de Aniceto Jiménez Pita que es "un genio, un entregado virtuoso de la relojería". "Pero nadie es profeta en su tierra", se lamenta este extremeño, nacido en 1947 en Oliva de Mérida. Allí empezaron a gustarle los relojes, y cuando llegó a Barcelona, con 16 años, se ganó los primeros duros arreglando relojes. Aprendió alemán durante el



JORDI ROVIRALTA

Aniceto pone el oficio y su hijo Daniel, el impulso de negocio

## Es el único español en la elitista asociación AHCI y vende un centenar de relojes al año

tiempo que fue delineante en la Siemens (y eso le iría muy bien años después). En 1971 puso su propia tienda de relojero-reparador, y allí iba diseñando alguna pieza "que nunca me atreví a enseñar a nadie". Hasta que en 2004 descubrió la Académie

Horlogère des Créateurs Independants: una asociación de una treintena de relojeros artistas de todo el mundo. A ellos les presentó su patente, el TSM (Time Setting Mechanism, que hace la caja estanca). Y entre muchos alemanes y suizos, algún británico y japonés, en 2007 Jiménez Pita se convirtió en el único integrante español de la AHCI.

Mientras, su hijo Daniel, ingeniero informático, explica que investigaba en inteligencia artificial en la Universidad de Bath. "Para hablar con los relojeros, a mi padre ya le iba bien en ale-

mán, pero para vender hace falta inglés". Y Daniel empezó a acompañarle a ferias, cursó un MBA en Esade y acabó metido de lleno en el negocio.

Las primeras piezas salieron en 2006 para clientes españoles, y el boom llegó hacia 2009. Desde 2005 Pita expone en la feria de Basilea, desde 2009 en Tokio, también en la de *Belles montres* de París. Sus relojes brillan al lado de los Audemars-Piguet, Hublot, Cartier, Jaeger-LeCoultre. "El 90% de las marcas de relojes vienen de Suiza. A nosotros nos gusta ser de Barcelona: quizás eso nos permite ser más originales". Aquí diseñan, inventan, luego encargan los componentes en Alemania, Suiza, Suecia o Japón... Y aquí de nuevo los ensamblan: a mano, casi siempre el propio Aniceto. Hacen series muy cortas, piezas únicas si se trata de oro. En 2010 vendieron 70 unidades del Oceana (este año hará 99), y una docena más de los otros, una cantidad pequeña pero suficiente para haber atraído la atención del *New York Times*. "Hacemos innovación en relojes mecánicos para sorprender a nuestros clientes", dicen.

"En octubre vamos a hacer una gira por China", explica Daniel Jiménez. Tiene una pequeña red de distribución en Asia, también en EE.UU. Pero la mayoría de ventas llegan por internet. "¡Y ojalá algún día podamos abrir una tienda en el paseo de Gràcia!". ●