

Índice

Presentación	9
Adolfo Domínguez	11
Azkar	15
Barrabés	21
Bayer	27
Bimbo, S.A.	35
British Petroleum	41
Campofrío	45
Codorníu	49
Freixenet	53
General Electric	59
Harley Davidson	65
Inditex	71
Indra	77
MCC	81
Meliá Hotels	87
Nokia	95
Nutrexpa	101
Philips	107
Prosegur	115
Tavex	123
Televisa	129

Toyota	137
Zeltia	145

En 1863, bajo el nombre de Friedrich Bayer et comp. y con solo 3 personas en plantilla, se fundaba en Alemania la actual Bayer, una de las mayores empresas de la industria químico-farmacéutica del planeta, que da empleo a más de 110.000 personas en todo el mundo. Sus actividades en casi todos los países y una gama de productos que ronda la cifra de 10.000 testimonian el volumen y el dinamismo del nivel de desarrollo alcanzado por Bayer. En el centro de la organización se sitúa la sociedad Bayer AG de Alemania, con las factorías de Leverkusen, Dormagen, Uerdingen, Riberfeld y Brunsbüttel. La factoría de Leverkusen, que además es la sede de la administración central del grupo, ocupa un área de 3,4 kilómetros cuadrados y contiene en su recinto más de 600 edificios de diversa índole. Las tres divisiones en las que se halla dividido el consorcio son Bayer HealthCare, Bayer CropScience y Bayer MaterialScience.

Las acciones de la compañía están repartidas entre unos 280.000 accionistas, de los cuales aproximadamente el 3 por ciento son empleados del grupo. El hecho de que aproximadamente un 75 por ciento del total de acciones de la compañía se halle suscrito por inversores extranjeros pone de relieve el carácter internacional de Bayer. Las acciones de Bayer han llegado a cotizar en doce bolsas fuera de Alemania, incluyendo la de Tokio.

La presencia de Bayer en España se remonta al año 1899, cuando se constituyó la sociedad Bayer y Cía. para la comercialización de colorantes. En 1925 el grupo Bayer ya tenía participaciones en las empresas que posteriormente se convertirían en Química Farmacéutica Bayer y Agfa-Gevaert, respectivamente.

A partir de los sesenta, Bayer da un nuevo impulso a su presencia en España creando en 1966 Bayer Hispania, S.A. y posteriormente Bayer Hispania Comercial, S.A., que luego sería absorbida por la anterior. Química Farmacéutica Bayer, S.A. se integra en el grupo Bayer en 1981, produciéndose la primera gran reestructuración accionarial del grupo en 1986, al concentrarse las acciones de todas las compañías en Bayer Hispania, S.A. A lo largo de los últimos cien años, Bayer ha asentado su tejido industrial en España con factorías importantes distribuidas por toda la geografía.

Si hay algún producto destacable en la historia entre los desarrollados y comercializados por la farmacéutica Bayer, ese es sin duda la Aspirina. Inicialmente, Bayer fue

capaz de controlar a través de ella el mercado de los analgésicos gracias a la fuerte protección legal que le ofrecían sus patentes, la primera de ellas obtenida en 1898. Cuando éstas caducaron, el mercado se inundó de productos genéricos, es decir, de fármacos que se basaban en el mismo principio activo de la Aspirina, el ácido acetilsalicílico. A pesar de ello, Bayer ha seguido manteniendo una cuota importante de ese mercado. La razón de este prolongado liderazgo radica en la fuerte imagen de marca que la empresa ha sabido desarrollar a lo largo de los años, un recurso complementario que los competidores no han podido imitar fácilmente.



Fuente: www.capital.es



Fuente: www.prensabayer.com

Analizando datos actuales de la totalidad del Grupo Bayer, destacan los ejercicios 2011 y 2012, por haberse cerrado con un resultado operativo muy favorable. Por su parte, la facturación del grupo ha venido aumentando de manera importante desde el ejercicio 2010, evidenciando la continua expansión del Grupo Bayer por el mundo, especialmente analizando las ventas por regiones. Tomando de nuevo como referencia el ejercicio 2012, los mayores crecimientos absolutos en sus cifras de ventas respecto al año 2011 se obtuvieron en las regiones de Estados Unidos y China, permaneciendo estable la facturación en Alemania. Por otra parte, esta expansión se extiende a todo tipo de negocios; por ejemplo, en septiembre de 2011, Bayer CropScience anunció un acuerdo por el que adquiriría los derechos sobre un proyecto privado brasileño que había desarrollado diferentes variedades híbridas de arroz genéticamente mejoradas.

Para estudiar una de las más importantes estrategias de fusión y adquisición desarrolladas por Bayer AG debemos remontarnos al año 2006. El negocio farmacéutico de Bayer se reforzó de manera decisiva en este ejercicio a través de la adquisición de la empresa Schering, con sede en Berlín, especializada en productos de fertilidad y anticoncepción. Las cifras de ventas de 2006 incluyeron ya el negocio de Schering, por un importe de 3.082 millones de euros, asumido desde el 23 de junio de 2006. El resultado fue la mayor operación en la historia farmacéutica alemana, buscando la combinación de los negocios de dos de las principales industrias del sector en el país. Fruto de esta adquisición se sustituyó la denominación de la sociedad «Schering AG»

por «Bayer Schering Pharma AG.» Werner Wenning, el Presidente de Bayer que logró la culminación del proceso (y que desde 2010 pasó a desempeñar el cargo de Presidente del Consejo de Supervisión de la empresa), pasará a la historia de la compañía por ello.



Fuente: www.press.bayer.com

**Nuevo logotipo de Bayer Schering Pharma tras la fusión,
en la entrada principal de su sede central.**

Las motivaciones para la unión fueron muchas, básicamente la búsqueda de sinergias y el encuentro de dos grandes equipos de personal en materia de investigación y desarrollo. La nueva Bayer Schering Pharma AG, con sede en Berlín, sería dirigida junto al resto de negocios farmacéuticos de Bayer, como una división más del subgrupo encabezado por Bayer HealthCare AG. En palabras del entonces presidente de ambas empresas, Arthur Higgins, «con una plantilla altamente cualificada y creativa, vamos a trabajar en el desarrollo de nuevas medicinas, con la finalidad de poder ofrecer a médicos y pacientes terapias innovadoras que mejoren significativamente su calidad de vida.» Sin embargo, dentro de los objetivos de Higgins se encontraba la ingrata tarea de despedir a 6.000 empleados y ajustar al máximo los más de 1.000 millones de dólares que había de costar la fusión.

La pretensión del gigante alemán en el momento de la fusión era que Bayer Schering Pharma se encontrase en un futuro próximo dentro del grupo de las diez mayores empresas de especialidades farmacéuticas del mundo. La compañía ya era en el momento de la fusión líder en el mercado mundial en el campo de la anticoncepción hormonal, y tenía posiciones destacadas en las terapias contra la esclerosis múltiple, así como en las áreas de hematología, cardiología y oncología. Asimismo, la nueva compañía tenía una posición de liderazgo en la investigación biotecnológica. Para el presidente Wenning, la nueva Bayer Schering Pharma surgida en 2006 era «una de las empresas punteras a escala mundial en el campo de los medicamentos para atención especializada. Con una cartera de productos atractiva y unos proyectos de investigación y desarrollo muy prometedores, la empresa marcha por el camino adecuado para afianzar aún más su posición».

En el ámbito de la responsabilidad social corporativa, el Grupo Bayer se muestra abiertamente convencido de que las empresas químico-farmacéuticas no deben limitarse a producir medicamentos, sino que su labor debe también promover la calidad de vida de la sociedad del siglo XXI, a través de la prevención y el diagnóstico precoz. Para ello es vital que exista igualmente un continuo apoyo a la labor de investigación, tan silenciosa como necesaria. Así dice haberlo entendido Bayer desde sus comienzos y así lo pone de manifiesto cada año, contando en 2012 con 12.900 investigadores, 78.000 patentes y más de 63.000 marcas registradas en todo el mundo, y destinando a I+D+i un importante presupuesto de aproximadamente 3.000 millones de euros (como dato concreto pueden citarse los de 3.013 millones de euros invertidos en 2012). Ya en 2006, a raíz de la adquisición de Schering AG, Wenning afirmó que «la investigación es la clave del éxito».

En esta materia de investigación y desarrollo, destaca entre otras acciones la labor desempeñada en la sociedad Bayer MaterialScience AG, que ha llegado a convertirse en líder tecnológico y en costes, a través de innovaciones de proceso que consiguen un notable ahorro de energía en los procesos de producción, contribuyendo así de manera importante a la protección del medio ambiente. Bayer MaterialScience AG, con una cifra de negocio en 2012 de aproximadamente 11.500 millones de euros, se encuentra entre las mayores compañías del mundo de polímeros. Sus actividades se centran básicamente en la producción de materiales polímeros de alta tecnología y en el desarrollo de soluciones innovadoras para productos utilizados en muchos ámbitos de la vida diaria. Sus principales clientes son los sectores de automoción, construcción, electricidad y electrónica, cuenta con varias fábricas en todo el mundo, y al concluir el ejercicio 2012 daba empleo a aproximadamente 14.500 personas.

Dentro de las actuaciones de carácter social, cabe destacar en primer lugar la sensibilización del Grupo Bayer en relación con los temas medioambientales:

- Un ejemplo se puede encontrar en el apoyo de Bayer a la campaña «Plant for the Planet: Billion Tree Campaign» iniciado por el Programa para el Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP). En el marco de este programa, Bayer y la Fundación Bayer se comprometieron a plantar mil millones de árboles ya en 2007 (en este contexto se decidió donar 100.000 árboles a Nairobi, Kenia), y la iniciativa ha continuado después con la finalidad de reforestar parques nacionales en varios continentes.
- Otro ejemplo lo encontramos en los estrictos objetivos de reducción de emisiones seguidos por el grupo, pues Bayer reconoce que las industrias químicas tienen una gran responsabilidad en el cambio climático por las emisiones a la atmósfera de gases con efecto invernadero. La empresa considera que los innovadores productos comercializados por Bayer, como los materiales para aislamiento térmico que contribuyen a la protección del medio ambiente mediante el ahorro de energía, pueden contribuir significativamente a contrarrestar dicho cambio climático. La idea de sostenibilidad y protección del medio ambiente está también presente en los modernos plásticos de Bayer, que reducen el peso de los automóviles y mejoran sus prestaciones.

Gracias a éstas y otras iniciativas, la firma Bayer ha sido distinguida en varias ocasiones como una de las empresas líderes en protección del clima en todo el mundo, con la mención «Best in Class» («Mejor en su categoría») por el índice Climate Leadership Index, el primero a escala mundial en protección climática, que evalúa a las compañías por la inclusión activa de los retos del cambio climático en sus estrategias empresariales, así como por las medidas concretas de reducción de emisiones que adopten.

Pero el medio ambiente no es la única preocupación de carácter social del Grupo Bayer. Un claro exponente de ello lo constituye la empresa Proagro Seed Co. Pvt. Ltd., filial de Bayer CropScience AG, la cual está dando respuesta a uno de los grandes retos en la India, protegiendo a los niños bajo el lema «En la escuela en lugar de en los campos». En muchos campos de algodón del estado indio de Andhra Pradesh, se produce semilla híbrida para la filial de Bayer CropScience, constituyendo el trabajo estacional en estos campos de algodón, para muchos habitantes, la única vía para sustentar una familia entera. Antes muchos niños y niñas trabajaban habitualmente en estos campos, pero actualmente la compañía únicamente compra la semilla a los proveedores que rechazan la utilización de mano de obra infantil. Como contraprestación, los productores reciben a cambio más dinero. Si bien la escolarización es obligatoria en el estado a partir de los 6 años, hasta hace una década cerca del 10% de los niños de entre 6 y 14 años no recibía ningún tipo de educación escolar. Gracias a esta iniciativa, muchos más niños aprenden ahora aritmética, así como a leer y escribir en su idioma, el telegu, uno de los idiomas más hablados en la India, que cuenta con un alfabeto propio y es la lengua materna de más de 70 millones de personas. Estos alumnos siguen un programa en los denominados «Creative Learning Centers» o Centros de Aprendizaje Creativo, que los preparan para su posterior integración en una escuela estatal. En la actualidad cerca de veinte de estos centros cuentan con el apoyo de Bayer CropScience, debiendo su existencia a una iniciativa de asociación entre Proagro y la Fundación Naandi, la cual cuenta con una dilatada experiencia en facilitar educación elemental en escuelas y que colabora con el Gobierno y el Ministerio de Educación de la India. Hasta 2013, más de 1.300 niños habían acudido a los Centros de Aprendizaje Creativo, de los cuales más de 1.000 se pudieron integrar posteriormente en el sistema educativo regular de la India. El objetivo básico de estos centros es, precisamente, la abolición del trabajo infantil, mediante la presión que supone para los agricultores la imposibilidad de vender a Proagro si utilizan mano de obra infantil en sus campos, los cuales son vigilados por observadores varias veces al mes.

DATOS ECONÓMICO-FINANCIEROS (000000) €**GRUPO BAYER**

AÑOS	2018	2017	2016	2015	2014
Ventas netas	39.586	33.015	46.769	46.324	42.239
Resultado operativo	2.318	4.577	5.887	5.245	5.506
Resultado neto	1.711	8.094	4.826	4.098	3.443
Activo total	126.285	75.087	82.238	73.917	70.234
Recursos propios	46.148	36.861	31.897	25.445	20.218
Núm. De empleados	117.000	99.820	99.590	116.600	110.000

Fuente: Web Empresa

Fuentes

<http://www.archive.bayer.com>

<http://www.bayer.com>

<http://www.bayer.es>

<http://www.bayergroupindia.com>

<http://www.capital.es>

<http://www.fao.org/agronoticias>

<http://www.infomercados.com>

<http://www.investor.bayer.com>

<http://www.materialscience.bayer.com>

<http://www.prensabayer.com>

<http://www.press.bayer.com>

<http://www.press.bayer.es>

<http://www.quimicauniversal.com>