

# BeRepublic prepara su salto

ARIADNA BOADA  
Barcelona

A pesar que el proyecto empresarial de Gerard Olivé hace años que funcionaba simultáneamente con el trabajo en otras empresas, sólo hace poco más de un año que este joven ha decidido asociarse y emprender un camino en solitario junto a Jordi Sanllehí. El nuevo proyecto es BeRepublic, una agencia de publicidad en nuevos medios, como el teléfono móvil, la comunicación on line o la creación de canales de televisión corporativos.

En su segundo año de funcionamiento, BeRepublic ya está preparando su crecimiento internacional, que pasa, según Olivé "por colaborar con clientes multinacionales o asociarse con otras empresas". El primer paso que BeRepublic ha dado para hacer realidad ese objetivo es la firma de un acuerdo con una empresa de contenidos que les permitirá entrar en los mercados asiático y africano. "En esos dos continentes el crecimiento de la telefonía móvil será enorme y en el campo del marketing está todo por hacer", asegura Gerard Olivé. En el 2006, la firma con sede en el Eixample barcelonés, ya ha facturado un millón de euros y para el 2008 prevén alcanzar los 2,5 millones.

Pero además de la parte creativa, en esta empresa, con una plantilla de 15 trabajadores, también desarrollan la parte tecnológica. Desde principios de este año, BeRepublic dispone de un centro de desarrollo en Filipinas. Jordi Sanllehí, director técnico de la firma, explica que al poco de empezar vieron que hacía falta tecnología y optaron por contratar un equipo propio. "En



JORDI BELVER

Jordi Sanllehí y Gerard Olivé, responsables de BeRepublic

*La firma con sede en el Eixample barcelonés prevé facturar 2,5 millones en el 2008*

Barcelona diseñamos y en Filipinas lo desarrollamos", añade.

Una de las últimas operaciones que la compañía ha realizado y que no tiene que ver directamente con el núcleo de su negocio es la inyección de capital y de conocimiento, "como si fuéramos unos *business angels*", apunta Olivé. Los dos socios de BeRepublic han invertido en un

nuevo proyecto relacionado con la telefonía móvil de voz en IP. "A veces, aparte de capital también se puede invertir en cómo ayudar a las empresas", explica Olivé. "Cuando se monta una empresa, lo más importante no es el marketing sino el conocimiento y la capacidad de conseguir clientes", añade.

Con más de 30 clientes activos, en su cartera hay multinacionales, pymes innovadoras o agencias de publicidad. "Nuestra facilidad es hacer campañas que integran varios medios. Creemos en un mundo conectado de forma inalámbrica. Queremos llevar la movilidad hasta el final", sostiene Olivé. ●