

Comunidad Valenciana

SE HARÁ CARGO DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

Albero compra Porcelanatto a Bank of America por 30 millones

El empresario ha estudiado la viabilidad de la empresa de Borriol (Castellón). Porcelanatto fue adquirida por la entidad en 2000, quien tras acometer múltiples inversiones, no pudo evitar entrar en pérdidas en 2001.

E. PRESS/EXPANSIÓN. Madrid/Valencia
El empresario Vicente Albero -que fue ministro de Agricultura entre 1993 y 1994- ha adquirido la compañía azulejera Porcelanatto a Bank of America por treinta millones de euros y se ha convertido en el nuevo consejero delegado de la compañía, según informaron fuentes de la empresa.

La azulejera está especializada en azulejos de gama alta y cuenta con la última tecnología productiva. Porcelanatto cuenta con una capacidad de producción diaria de 20.000 metros cuadrados de baldosas, entre pavimento y revestimientos cerámicos. La compañía espera alcanzar unas ventas de 45 millones de euros este ejercicio, y cuenta con una plantilla integrada por 340 trabajadores.

Estrategia

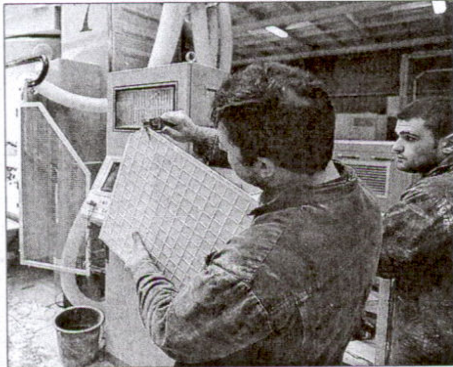
Tras la operación cerrada entre Albero y la entidad financiera, el empresario se ha propuesto relanzar la comercialización, ampliar la



Vicente Albero.

gama de productos y optimizar los procesos productivos.

Bank of America, tercer banco comercial de Estados Unidos, compró Porcelanatto en mayo de 2000 por unos 21,03 millones de euros. Tras la adquisición, la entidad puso en marcha un ambicioso plan inversor destinado a ampliar su capacidad de producción y a potenciar su red exterior, donde Porcelanatto tenía una menor presencia que el resto del sector, con un porcentaje de entorno al 30% de sus ventas. El proyecto se materializó en la ampliación de su planta de Borriol (Castellón) y la remodelación de la de Onda.



Porcelanatto emplea a 340 trabajadores.

En total, la compañía acometió inversiones por 24 millones de euros destinadas a "la adquisición de una línea completa de producción, la renovación de la maquinaria

general y la compra de unos terrenos de 225.000 metros cuadrados para una futura ampliación de su planta de Borriol", según señaló la empresa en su momento. Sin embargo, con el periodo bajista que inició el sector cerámico en 2001, la azulejera entró en unas pérdidas de 1,5 millones de euros antes de impuestos. Para remontar esta situación Bank of America diseñó un nuevo plan de

El empresario quiere relanzar la comercialización y ampliar la gama de productos

inversiones, con la dotación a medio plazo de fondos por doce millones de euros. Además, el principal accionista acometió una reestructuración productiva, que supuso el cierre de la fábrica que posee en Villarreal, porque "las instalaciones se habían quedado obsoletas", y una regulación de empleo.

La firma trasladó la fabricación de Villarreal a la planta de Onda, que se especializó en porcelánico esmaltado y pasta blanca. La factoría de Borriol, donde se sitúa la sede de la compañía, se destinó a la producción de porcelánico técnico a toda masa, principalmente para acabados satinados y pulidos. Ambas fábricas suman una capacidad productiva de 6,5 millones de metros cuadrados anuales.

EN 2005

Primer Grupo espera crecer un 31% al abrir 16 agencias

EXPANSIÓN. Valencia

La inmobiliaria Primer Grupo ha decidido ampliar su estrategia de expansión y aumentar su presencia fuera de la Comunidad Valenciana, concretamente en la Comunidad de Madrid. El grupo de franquicias tiene previsto abrir el próximo año dieciséis nuevas agencias, de las que nueve estarán en Madrid y siete en la Comunidad Valenciana. De esta forma, al final de 2005 contará con 47 establecimientos. Gracias a estas aperturas, la firma prevé incrementar su volumen de negocio un 31 por ciento el próximo año, hasta alcanzar los trece millones de euros.

Empleados

Además, el número de empleados se incrementará un 45 por ciento, hasta trescientos trabajadores.

Primer Grupo inició hace dos años su expansión mediante el sistema de franquicias inmobiliarias, y hasta el momento su crecimiento se había centrado en la Comunidad Valenciana. En estos momentos, cuenta con 31 agencias en la región y una cuota de mercado del 8,91 por ciento, que en la provincia de Valencia alcanza el 15,28 por ciento.

Vivienda de costa

Primer Grupo, que se creó en 1988, está especializada en el producto residencial ubicado en la costa, sobre todo en el segmento de la obra nueva.

Además de la venta de inmuebles, realiza servicios complementarios de gestión, financiación hipotecaria, correduría de seguros, mudanzas y reformas, que le aportan el 30% de sus ingresos.

También cuenta con una escuela de formación propia, para dar capacitación a sus empleados en los ámbitos en los que desarrollan su trabajo.

EN 2003, SUS VENTAS REPRESENTAN EL 4,6% DEL TOTAL NACIONAL

Las franquiciadoras valencianas facturaron 643 millones, un tres por ciento más

T.BAYARRIL. Valencia

Las empresas franquiciadoras de la Comunidad Valenciana facturaron 643,3 millones de euros en 2003, un 3% más que el año anterior. Aunque la región es la tercera por volumen de negocio a nivel nacional, su peso específico es sólo del 4,6%. Esto se explica, según el presidente de la Asociación española de Franquiciadores (AEF), Xavier Vallhonrat, "porque las empresas están concentradas en Madrid, donde se sitúan las centrales de las grandes marcas, y en Barcelona". Mientras las enseñanzas valencianas representan el 10% del total nacional, Madrid y Barcelona aportan cada una en torno al 30%. Vallhonrat hizo estas declaraciones ayer en la presentación del III Congreso Nacio-

Franquicias por sectores

Confección, moda y complementos	13	Agencias inmobiliarias	2
Hostelería y restauración	8	Belleza y cosmética	2
Decoración, mobiliario	6	Dietética y parafarmacia	2
Tiendas especializadas	5	Joyería y bisutería	2
Agencias de viajes	4	Centros de enseñanza	1
Informática	4	Construcción	1
Servicios	4	Limpieza y restauración	1
Alimentación	3	Oficina y papelería	1
Centros de salud	3	Servicios de automóvil	1
		Tintorerías	1

Fuente: AEF

nal de la Franquicia, que se celebrará en Valencia los días 7 y 8 de octubre.

En total 64 franquiciadoras tenían su sede en la comunidad al cierre de 2003, veintidós menos que en 2002, y a fecha de hoy la cifra se ha incrementado hasta las 66.

La provincia de Valencia concentra la mayoría de las franquicias, con 32, seguida

de Alicante, con 27 y de Castellón, con tan sólo cinco enseñanzas.

Las franquicias valencianas cuentan con 2.210 establecimientos por toda la geografía nacional y dan empleo a 7.360 personas. En España hay un total de 650 empresas franquiciadoras, lo que Vallhonrat considera "demasiado para este país".

Por sectores de actividad,

la moda es el ámbito que cuenta con más franquicias en la comunidad, con un total de trece enseñanzas. La hostelería y restauración se sitúa por debajo con ocho franquicias, la decoración y mobiliario cuenta con seis, las tiendas especializadas con cinco y el resto está muy repartido entre agencias de viaje, informática, servicios, alimentación, centros de salud o agencias inmobiliarias, entre otros.

Los servicios están de moda

El mundo de la franquicia, como la mayoría de los sectores, tampoco queda indiferente a las tendencias. Vallhonrat explica que "hace unos años fue el boom del textil y la confección por lo que proliferaron las franquicias de este tipo, luego, em-

pezaron a crecer las franquicias de restauración como bocadillerías, hamburgueserías y pizzerías". Según el presidente de AEF, actualmente están teniendo un impulso especial las franquicias del sector servicios tanto para empresas como para el público, "algunos ejemplos son las clínicas dentales, los servicios geriátricos o los parques infantiles o guarderías", añade Vallhonrat.

Vallhonrat apuntó ayer que la franquicia no es un sector industrial en sí mismo y se ve afectado por la evolución de cada industria. "Si al calzado le va estupendamente -que no es el caso- entonces prosperan las franquicias especializadas en calzado, y así con todo, porque en general se franquicia lo que da más rentabilidad".