

COMUNIDAD VALENCIANA

Colorker duplicará su red de tiendas en China

AZULEJO/ El grupo, que tiene 35 tiendas con su marca y es proveedor de la Expo de Shanghai, quiere llevar ese modelo a India tras ajustar su estructura a la crisis.

A.C.A. Valencia

El duro ajuste al que se ha visto obligado la industria del azulejo en los dos últimos años no ha impedido a Colorker abordar planes ambiciosos para crecer en nuevos mercados. A la vez que ha diseñado un nuevo plan de negocio para ajustarse a la caída de la demanda y la nueva situación económica, el fabricante cerámico ha conseguido implantarse con fuerza en China con su propia red comercial.

Colorker llegó hace poco más de un año a un acuerdo con un grupo de socios chinos para abrir una cadena de establecimientos bajo su marca, que ya posee 35 establecimientos en China. "Los planes son duplicar ese número en los próximos dos años", señala Lino Díaz, director general de Colorker. Además, la firma castellanense ya ha conseguido otro hito en ese mercado, convertirse en proveedor de uno de los pabellones oficiales de China en la Expo de Shanghai. Los cuatro mil metros cuadrados de suelo de este edificio utilizarán revestimientos fabricados en Chilches.

De momento el mercado chino representa apenas el 2% de las ventas del grupo, pero Díaz destaca que se trata de producto de la gama más alta. Además, se trata de un mercado muy marquista. "Se da la circunstancia de que el único país donde vendemos piezas decoradas con el propio logotipo de Colorker es China". Colorker quiere ahora trasladar este modelo a otro de los grandes mercados emergentes, India, donde ya ha iniciado las gestiones.

Reestructuración

La labor en estos nuevos mercados no ha impedido afrontar los duros deberes internos ante la fuerte caída del sector. El grupo ha paralizado una de sus dos plantas, la de Alcora, que estaba especializada en pasta roja, para centrar su producción en las instalaciones de Chilches, más modernas. La adaptación de la producción también ha supuesto

La firma consiguió reducir su 'stock' un 50% y paró una de sus plantas para ajustar producción



Comisaría en San Andrés de Rabanedo con material de Colorker.

EL AJUSTE

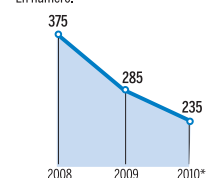
Facturación
En millones de euros.



*Previsión.

Fuente: Colorker

Empleo
En número.



Expansión

un ajuste de la plantilla, que ha pasado de 440 personas en 2007 a 235 ahora, "con la previsión de mantenerla estable".

Además de estos ajustes, el grupo planteó un nuevo plan de negocios el año pasado, que contó con la colaboración de la consultora Altair, para replantear su estrategia y sus objetivos. "Se trataba de plantearnos la empresa desde cero y más allá del día a día", señala su director general. Entre las prioridades del plan se encontraban la solidez financiera, para lo que el grupo logró alargar en dos años el plazo de su deuda.

Otra de las prioridades planteadas era mejorar la eficiencia operativa. "Se fijaron objetivos concretos a cumplir por departamentos. En total incluía medidas para cumplir

a corto, medio y largo plazo. A finales de 2009 ya logramos cumplir el 85% de las fijadas para el corto plazo", señala Díaz. En esta línea, una de las obsesiones del sector en esta crisis han sido los stocks, que se dispararon ante el rápido cambio de ciclo. Las medidas puestas en marcha por Colorker permitieron al grupo reducir un 50% el stock en 2009 "sin bajar el precio medio de venta". Según el directivo para dar salida a este producto ha sido fundamental la incorporación de los nuevos mercados.

En este plan de negocio hasta 2012 el fabricante cerámico también se plantea redimensionar su mix de producto. "Tenemos un catálogo demasiado generalista y queremos centrarnos en la gama

La dificultad de compartir albaranes

La crisis ha vuelto a desatar la cuestión del tamaño en las empresas valencianas y muy especialmente en el caso del azulejo. Tras seis años en esta industria Lino Díaz considera que los procesos de fusión e integración son muy difíciles y pone como ejemplo los intentos de crear una plataforma logística común. "Al final, una iniciativa de este tipo no fructificó porque hay mucha desconfianza, es muy difícil que alguien esté dispuesto a compartir los albaranes de sus clientes con la competencia", señala. Con todo, sí que considera viables fórmulas de colaboración, como el caso de las atomizadoras, donde Colorker posee el 28% de Amizalsa y es socio de otras azulejeras. En esa línea han ampliado esa alianza con una central de compras para ahorrar costes.

El plan de negocio ha establecido trescientas medidas concretas para mejorar eficiencia

más cualificada, aunque con la crisis hay mercados que lo que reclaman es bajo precio y según están las cosas es muy fácil salir de un mercado y muy costoso volver a entrar", señala.

Proyectos a medida

En esa apuesta por productos de mayor valor añadido, desde 2005 posee una unidad de negocio, Colorker Tecnología, para cubrir proyectos a medida destinados a grandes clientes o prescriptores. Gracias a ella, por ejemplo, ha creado azulejos a medida para redes de concesionarios de coches, como un diseño para Mini o la central de Mercedes en París. Ahora sus esfuerzos en innovación se centran principalmente en la decoración digital de la cerámica.

CONSEJOS DEL JURISTA

Carlos Ochoa Arribas

La maquinaria industrial como garantía

En los últimos meses ha continuado el incremento de los procesos de refinanciación y reestructuración de deuda que las empresas están viendo obligadas a acometer. Habida cuenta del deterioro de la calidad de determinados bienes inmuebles, es cada vez más frecuente que los acreedores valoren como una alternativa atractiva la constitución de una garantía sobre la maquinaria industrial propiedad de la empresa.

En este sentido, existen diversas modalidades de garantía que tienen por objeto sujetar la maquinaria industrial directa e inmediatamente al cumplimiento de las obligaciones aseguradas: hipoteca sobre el inmueble que contiene la maquinaria, con extensión a la misma; hipoteca mobiliaria sobre el establecimiento mercantil; hipoteca mobiliaria y prenda sin desplazamiento de la posesión.

La primera modalidad sólo será factible si además de la maquinaria se prevé otorgar hipoteca sobre el inmueble en que se halla. La hipoteca de establecimiento mercantil, por su parte, recae necesariamente sobre el derecho de uso del local o instalaciones de la empresa. También comprenderá los derechos de propiedad industrial e intelectual y la maquinaria, salvo pacto en contrario. Estas dos modalidades hipotecarias presentan una nota común: obligan a los potenciales adquirentes de la maquinaria a que las pujas que realicen en las subastas sean conjuntas por todos los bienes hipotecados.

La hipoteca mobiliaria es, quizá, la forma más utilizada, y puede tener como objeto maquinaria de todo tipo destinada por su propietario a la explotación de una industria que, además, pueda ser identificada con exactitud (características, número de serie, emplazamiento y, en general, todas las peculiaridades que contribuyan a su identificación).

La hipoteca mobiliaria es la más utilizada para poner la maquinaria como garantía

Por su parte, la prenda sin desplazamiento tiene por objeto la maquinaria que no sea susceptible de hipoteca mobiliaria, por su imperfecta identificación registral. En efecto, los bienes

sobre los que recae la prenda sin desplazamiento no pueden individualizarse con precisión, lo que produce que la publicidad que se consigue mediante la inscripción en el Registro de bienes muebles sea más débil que la lograda mediante la hipoteca mobiliaria.

En consecuencia, en principio el acreedor verá mejor satisfechos sus intereses con la constitución de una hipoteca mobiliaria, porque ofrece más flexibilidad de ejecución que las restantes modalidades y le proporciona mayores garantías frente eventuales compradores del bien que la prenda sin desplazamiento, como consecuencia de la perfecta publicidad registral que logra la hipoteca.

La inscripción de la hipoteca mobiliaria en el Registro se lleva a cabo tanto en índices identificativos de los acreedores y los hipotecantes como de las concretas máquinas hipotecadas, lo cual ofrece mayores garantías de publicidad que la inscripción de la prenda sin desplazamiento, que únicamente se registra en los índices de acreedores y pignoratarios. En otras palabras, la hipoteca permite la obtención de información registral de cada bien concreto, mientras que para verificar si una máquina se encuentra o no pignorada será necesario conocer los datos del acreedor garantizado o del titular.

En la valoración de esta garantía es preciso plantearse las dificultades que pueden surgir en la ejecución de las máquinas por la escasa demanda que puede existir, especialmente en sectores muy específicos u oligopolios, en muchas ocasiones encontrará tanto o más mercado que los inmuebles.

Área de Derecho Mercantil

BROSETA.
ABOGADOS