

Bancaja capta el 40% de su volumen de negocio fuera de la Comunidad

VALENCIA.— Bancaja ha alcanzado la mejor cifra de volumen de negocio de sus 125 años de historia, más de 174.882 millones de euros, que le han permitido hacerse con un 4% de cuota de mercado en España. Cerca del 40% de su negocio es captado fuera de la Comunidad Valenciana, según informaron ayer fuentes de la entidad financiera.

Según las mismas fuentes, en el negocio de banca minorista y con casi 1.600 oficinas y más de 8.000 empleados en toda España, a cierre del primer semestre de 2008 Bancaja ha consolidado su posición como tercera caja de ahorros de España y sexto grupo financiero. La entidad valenciana lidera, por tercer año consecutivo, la clasificación por captación de clientes que suman ya los tres millones.

En la Comunidad, Bancaja es la primera entidad financiera con una cuota de mercado por volumen de negocio que alcanza el 27% y el 32% en depósitos de clientes. Bancaja argumenta esa situación en la diversificación geográfica que se desarrolla con su Plan Estratégico, que ha hecho aumentar el peso del negocio que tiene la entidad en el resto de comunidades autónomas. Bancaja ha obtenido durante el primer semestre de 2008 unos beneficios atribuidos de 230,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 8,08% respecto al mismo periodo del año anterior.

El volumen de negocio alcanzó los 174.882 millones de euros, con un crecimiento del 6,16%, mientras que los activos totales alcanzaron los 103.783 millones de euros, con un incremento del 9,98%, según concluyeron las fuentes de la caja.

La Comunidad, por debajo de la media española en el uso del PC e internet

ALICANTE.— La Comunidad Valenciana no alcanza la media nacional en el uso de ordenadores y de internet en las viviendas y, sin embargo, es la cuarta donde más se utiliza el teléfono móvil, con el 89,7% de la población. Así se desprende de la encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares relativa a 2008, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Según el mismo documento, en la Comunidad el 58,6% de los usuarios de ordenador en sus viviendas lo ha usado en los últimos tres meses, frente al 61% nacional, mientras que el 55,6% ha hecho lo propio con internet, un porcentaje que alcanza el 56,7% para la media española.

Madrid, Cataluña, Navarra, País Vasco y Baleares son las comunidades donde mayor uso se hace de los ordenadores y de internet en las viviendas, mientras que a la cola en el empleo de estas tecnologías se encuentran Extremadura y Galicia. Según el estudio, el 61% de los usuarios de ordenador lo han utilizado en sus viviendas en los últimos tres meses, mientras que la media de quienes han navegado en ese periodo es del 56,7%.

FRANCISCO D. GÓNZALEZ.
ALICANTE.— Crecer como solución para afrontar la crisis económica. Los sectores tradicionales de la industria Alicante se van a ver abocados a procesos de concentración empresarial si quieren salir vivos de la jungla global después de años de acumular números rojos. Esta es una de las principales conclusiones de un reciente estudio sobre el sector industrial elaborado por One to One, firma especializada en asesoramiento en fusiones y adquisiciones empresariales y que ha sido expuesto en el último ciclo de conferencias sobre la crisis económica organizado por Fundesem.

El informe de One to One sostiene que la excesiva atomización de la industria en Alicante, donde gran parte del tejido productivo está constituido por pequeñas y medianas empresas, va a dificultar su margen de maniobra en un entorno global marcado por la crisis financiera. La salida a este callejón sería adquirir nuevas firmas para crecer o fusionarse con socios o grupos corporativos que dispongan de gran liquidez y que permitan alcanzar economías de escala.

Según el socio-director de One to One en Alicante, Rafael Brotons, la evolución de la industria en Alicante, principalmente en el juguete, el calzado, el textil y la actividad auxiliar de la construcción, camina hacia la recesión después de dos trimestres con crecimiento negativo, una situación a la que se ha llegado pese a que en el periodo 2002-2006, la facturación del sector haya aumentado a un ritmo del 7% anual en las pymes y un 25% en las mercantiles de gran dimensión. Al mismo tiempo, se-

El tamaño sí que importa en plena crisis

La industria tradicional de Alicante se verá obligada a aumentar su dimensión para sobrevivir a los retos de la recesión



Una operaria trabaja en una fábrica de juguetes de Ibi. / ERNESTO CAPARRÓS

gún Brotons, los márgenes de explotación, es decir, la diferencia entre los ingresos de explotación y los costes de explotación, se han deteriorado un 13% en las empresas de tamaño pequeño y medio.

Si bien esta circunstancia no repercutió excesivamente en el periodo citado en las cuentas de resultados, sí que ha obligado a que las pymes industriales de Alicante tuvieran que acudir al mer-

cado de deuda para acceder a nueva financiación, incurriendo en un enorme sobreendeudamiento que ahora están pagando en plena crisis del consumo. «Es ahora, cuando se ha producido un aumento de los costes financieros, cuando se está pagando ese esfuerzo», comenta el directivo de One to One, que añade que esta *toru* que sufren las pymes dificulta sus necesidades de inversión en I+D+i, competitividad y

mecanización de procesos.

Por su parte, apunta Brotons, las grandes empresas, que mantuvieron sus márgenes de explotación en niveles asumibles, se enfrentan actualmente a un endeudamiento financiero menor al reducir su dependencia del mercado de deuda. A estas diferencias de partida respecto a las pymes para hacer frente a la coyuntura habría que añadir las ventajas competitivas inherentes a su tamaño: mayor capacidad de negociación, consecución de sinergias y economías de escala, además de reducción de costes.

Mentalidad

Ante este panorama, una de las posibilidades reales que les queda a las pequeñas y medianas empresas es intentar ganar en dimensión, bien a través de inyecciones de liquidez procedentes de firmas de capital riesgo o de fusiones con grandes grupos empresariales. «El tamaño va a ser fundamental para lidiar con la crisis, de modo que las pymes industriales de la provincia y la Comunidad Valenciana, donde el sector está muy fragmentado y son parte fundamental del tejido productivo, van a tener que recurrir a procesos de concentración para lograr sinergias», afirma Brotons.

Desde One to One creen que es necesario un cambio de mentalidad en el empresariado de la industria tradicional alicantina para competir en la globalización. «Cuando en EEUU un empresario vende su firma, se considera la culminación de una trayectoria, mientras que aquí lo tachamos de fracaso, y eso es una equivocación. Hay que cambiar ese *chip*», afirma Brotons.

Los expertos alertan de que Andalucía superará a la Comunidad Valenciana en superficie citrícola en 2015

JAVIER CARRASCO
VALENCIA.— Poco a poco le va cogiendo terreno. Si se cumplen los pronósticos de los expertos, Andalucía alcanzará a la Comunidad Valenciana en 2014 ó 2015 si continúa creciendo al ritmo actual de 3.500 hectáreas anuales mientras aquí se dejan de cultivar más de 1.000 cada ejercicio, según datos de las consejerías de Agricultura de ambas regiones. El auge inmobiliario de esta década y la pérdida de rentabilidad de los productores explica el abandono o el cambio del uso de las tierras dedicadas al cultivo de cítricos.

Las cifras de ambas consejerías de Agricultura confirman una tendencia: la de que la citricultura andaluza recorta la distancia que le separaba con la valenciana en superficie. En 2000, Andalucía tenía 55.764 hectáreas dedicadas a campos de mandarinas, naranjas y limones. En 2005, esa cifra se eleva-

ba a 75.164, lo que supone un incremento del 25%. El crecimiento medio por año se ha situado en torno a las 3.400 ó 3.500 hectáreas.

Con el respaldo de la Junta de Andalucía, la citricultura de la comunidad ha experimentado un gran crecimiento de superficie. La estructura de la propiedad, con explotaciones de grandes dimensiones, es muy distinta a la de Valencia, que tiene en el minifundismo uno de los principales problemas para ser competitiva. El aumento de la superficie citrícola de Andalucía se ha beneficiado también de la extensión del riego localizado, que favorece las grandes extensiones.

De hecho, en 2005, último año en que se disponen estadísticas oficiales de ambas regiones para comparar, Andalucía superaba ampliamente a la Comunidad en explotaciones de más de 50 hectáreas. Así, disponía de 333 que su-

maban 32.393 hectáreas. La Comunidad, sin embargo, tenía sólo 203 explotaciones con 16.679 hectáreas, la mitad de su más directa competidora, según el INE.

De acuerdo con la información de la Generalitat, la superficie citrícola se redujo en 6.400 hectáreas, al pasar de 188.704 en 2002 a 182.290 en 2007. La caída se concentra entre 2002 y 2004 cuando se dejan de cultivar 8.000. Un año después se produce una sensible mejoría, pero en 2006 esa tendencia positiva se revierte. El año pasado la superficie citrícola volvió a subir hasta las 182.290 hectáreas.

Pese a ese recorte progresivo en la superficie, la Comunidad sigue siendo hegemónica en el volumen de producción. De acuerdo con el aforo de la Conselleria de Agricultura para la próxima campaña, la cosecha prevista se acercará a los cuatro millones de toneladas, con

un incremento del 22,8%. En cambio, la estimada para Andalucía será de 1,6 millones, lo que supone una subida del 14,6%. Ambas regiones están muy por encima de Murcia, que espera una cosecha de 603.720 toneladas, un 21,6% más.

El catedrático de la Universidad Politécnica de Valencia, Vicente Caballer, uno de los mayores estudiosos de la citricultura valenciana, pronostica, como otros expertos, que, de consolidarse esa tendencia, Andalucía podría arrebatarle la hegemonía a la Comunidad en superficie de cultivo a partir de 2014 ó 2015. No obstante, el autor de *Las claves de la citricultura valenciana* precisa que una parte de las hectáreas nuevas plantadas en Andalucía corresponden a propietarios valencianos que encuentran mejores condiciones de cultivo que en la Comunidad Valenciana y que trasladan allí su producción.