

Punt ultima un contrato con una multinacional de EE UU para fabricar sus muebles

El fondo de capital riesgo Valcapital consigue impulsar las exportaciones medio año después de adquirir la empresa

:: E. PÉREZ

VALENCIA. La empresa del sector del mueble Punt ha resurgido en apenas seis meses de sus cenizas (fue liquidada el año pasado al no poder superar el concurso de acreedores). La adquisición por parte de Valcapital, fondo valenciano de capital riesgo, supuso una revolución en su estructura. Su consejero delegado, Arturo Llopis, escindió la empresa en dos sociedades diferentes. Una, Punt XXI, encargada de la marca y el diseño de producto. Y la segunda, Taller Contemporáneo, que se centra en la fabricación, tanto para Punt como para cualquier otra empresa del mueble. En este sentido, se está ultimando un contrato con una multinacional con sede en Estados Unidos para fabricar en Valencia toda su producción. Lo que supondría, según Llopis, que esta compañía se convertiría en el cliente más importante de Taller Contemporáneo, incluso por delante de Punt.

Clave en el proceso de selección, que está en su fase final, ha sido el nuevo sistema de producción introducido en la empresa, similar utilizado por la industria del automóvil, que divide el proceso en secciones. Este sistema permite flexibilizar la estructura y concentrar la carga de trabajo en una u otra área dependiendo de las necesidades, explica el consejero delegado de Valcapital. Ello contribuye a ganar en eficiencia, evitar la acumulación de stock y combatir la deslocalización de la producción. De hecho, la empresa ya fabrica para varias pymes del mueble.



Arturo Llopis. :: IRENE MARSILLA

Valcapital no descarta obtener beneficios en Taller Contemporáneo antes de lo previsto

Aunque Valcapital no preveía obtener beneficios en ambas sociedades hasta dentro de tres años, su consejero delegado no descarta que Taller Contemporáneo pueda entrar en ganancias este mismo ejercicio. Las previsiones son cerrar el año con 2,5 millones de euros de facturación en Taller Contemporáneo, y 2 millones en Punt.

El fondo de capital riesgo cerró la compra de la antigua Punt Muebles en diciembre por una cantidad que Llopis no quiso desvelar pero que entra dentro del fondo Valcapital II, que en estos momen-

tos cuenta con 1,5 millones de capital y pretende sumar otros dos millones antes de finales de año y alcanzar los 6 millones a más largo plazo.

En este tiempo, Punt ha incrementado el peso de las exportaciones hasta un 70% de la facturación. La asistencia a la feria de Milán, el certamen más importante del sector, les ha servido para testar la aceptación del nuevo catálogo, confeccionado tras realizar una selección de las piezas. Fruto de su presencia en el evento italiano, que prepararon a contrarreloj en apenas tres meses, ha salido un encargo de su principal cliente americano que hasta entonces le compraba un tipo de mueble y ahora ha incluido en el pedido las tres novedades que incluían en el catálogo.

Diseñadores de renombre

El diseño, con un estilo «de inspiración escandinava pero fabricado en el mediterráneo», define Arturo Llopis, y la calidad en todo el proceso son los puntos fuerte de Punt. En su nómina, la empresa fundada en 1980 por los diseñadores Vicent Martínez y Lola Castelló, ya tenía a profesionales de renombre internacional como Terence Woodgate, CuldeSac o Vicente Blasco. Ahora han incorporado nuevos nombres como los de Mario Ruiz, Víctor Carrasco o Nathan Yong.

Una de las iniciativas del nuevo equipo de Punt, en el que se mantiene profesionales vinculados a la anterior etapa como es el caso del fundador Vicent Martínez y al que se ha incorporado savia nueva, como el director de Arte, Pablo Gironés, es reeditar piezas de los años 60 de José Martínez Medina en colaboración con la Universidad Politécnica. El objetivo es hacer la puesta de largo de estas reediciones en la feria Hábitat de Valencia, que se celebrará del 18 al 22 de septiembre.

fundiera, al menos antes de septiembre, para evitar así que se despertaran «ilusiones inútiles».

Los partidos de la coalición de gobierno habían instado a Monti a reconsiderar medidas que pueden ser «decisivas» para el crecimiento de la economía italiana y ayudar en la próxima campaña electoral. Monti siempre ha defendido la necesidad de que su gobierno deje el país en orden y permita que los que vengan después puedan continuar con la recuperación. Sin embargo, la propuesta que estudia el primer ministro italiano también incluiría otras condiciones como no aplicar ninguna amnistía fiscal.

den las finanzas públicas italianas y revitalizar la economía del país y con este objetivo ha presentado un documento con varias propuestas a sus ministros, al presidente de la República italiana, Giorgio Napolitano, y a los presidentes del Senado y del Congreso de los Diputados para que los estudien durante sus vacaciones. El primer ministro o no tenía intención de que este documento, que incluye el recorte de varios impuestos se di-

Monti se plantea bajar los impuestos en Italia este año

:: EUROPA PRESS

ROMA. El primer ministro italiano, Mario Monti, está estudiando una rebaja fiscal en el mes de diciembre, que podría incluir el impuesto sobre la renta de las personas físicas, según recoge la propuesta que ha trasladado a los miembros de su gobierno y que adelantó ayer el diario 'La Repubblica'.

Según la publicación, Monti considera prioritario poner en or-

SOY EMPRESARIO

Cortés apuesta por el mercado de especialidades

:: MARÍA JOSÉ LACRUZ

Javier Cortés decidió hace cuatro años continuar con la empresa química que fundó su abuelo en 1941. Actualmente es director gerente de la tercera generación de la firma COMSA, empresa familiar valenciana dedicada a la distribución de productos químicos con una trayectoria de más de setenta años. La compañía nació como un almacén de abonos, insecticidas y fertilizantes, y en sus inicios contó con la colaboración de multinacionales del sector como Basf y Bayer. La empresa, que se localiza en el polígono industrial de l'Andana en Paterna, facturó 8 millones de euros el último ejercicio.

Los años setenta determinaron una renovación y ampliación de la compañía debido a la elevada demanda del momento en productos químicos, materias primas y especialidades en los distintos sectores.

De este modo, COMSA ensanchó su punto de mira y decidió extenderse hacia los sectores de detergencia, cosmética, química básica, tratamientos de aguas, entre otros. Secciones a las que sigue siendo fiel unos cuarenta años más tarde, hasta el punto de que hoy ya representan el 60% de su facturación.

Para mantener ese crecimiento progresivo, Cortés pide a sus proveedores un compromiso con la calidad que se plasma en contratos de responsa-



Javier Cortés. :: LP

bilidad y elevada exigencia.

Asimismo, COMSA empezó el año con buen pie gracias a la firma de dos importantes acuerdos. Uno con la valenciana Nanobiomatters, especializada en el desarrollo de aditivos de nanopartículas de arcillas como potente antibacterias. El otro con la multinacional Akzo Nobel, líder mundial en la distribución de peróxidos orgánicos. Estos pactos convierten a COMSA en su distribuidor en la Comunitat –una de las regiones con mayor fuerza y crecimiento químico–, Murcia y Albacete.

Entre sus señas de identidad cabe destacar su condición de miembro fundador de la Asociación Química y Medioambiental del Sector Químico de la Comunitat (Quimcova).

Isabel Rubio, conocida como Kiki, ha dado un paso más en su internacionalización. Tras lograr vender su tomate frito casero 'Estilo Kiki' realizado con su receta familiar en Estados Unidos, Francia, Alemania, Corea del Sur y Panamá va a empezar a exportar a Rusia a partir del mes de septiembre. La aventura empresarial empezó hace poco más de cinco años. Primero fue poner precio a un producto que pedían familiares y amigos y ahora, de la mano de unos de los hijos de Kiki, **Francisco Caturla**, director comercial, se está ampliando la aventura de la internacionalización sin prisa pero sin pausa. El objetivo es vender a uno o dos países nuevos cada año. De momento, su facturación viene en un 25% por la exportación, otro 25% del gran consumo y el 50% restante, de tiendas 'gourmet' de toda España.

José Vidal Royo, director general de la empresa valenciana Jeanología, ha desarrollado una técnica basada en el uso del láser y una lavadora ecológica que desgasta las prendas vaqueras para darles un aspecto envejecido sin necesidad de recurrir a los tradicionales métodos de lavado 'a la piedra' o 'a la arena', que contaminan el agua y pueden resultar perjudiciales para las personas que los aplican. Además de en el uso del láser, el sistema de Jeanología se basa en la utilización de baños de ozono. La empresa, que se ubica en el Parque Tecnológico de Paterna, facturó en 2010 –últimos datos disponibles– algo más de nueve millones de euros, con un beneficio que supera ligeramente el millón de euros.