

ANDALUCÍA

Galia refinancia su deuda y remonta el vuelo tras tocar fondo en 2008

UN PASIVO DE 150 MILLONES/ La promotora sevillana asegura que ha tardado más que otras en llegar a este punto gracias a la ampliación de capital que realizó a finales de 2007. Este año facturará 37 millones.

Lidia Velasco. Sevilla

Galia ha logrado cerrar con la banca la refinanciación de los 150 millones de deuda que soporta la matriz, sin contar con la de otras sociedades que dependen de ella. El proceso se ha realizado de forma bilateral con las diferentes entidades, es decir, no ha habido un acuerdo sindicado.

El director general de la promotora sevillana, Javier Martín, asegura que han tardado más que otros grupos en llegar a este punto gracias a la ampliación de capital que se realizó a finales de 2007, por seis millones de euros, a razón de una aportación en metálico de tres millones por socio -Antonio Gálvez y Luis Alarcón de la Oliva-. No obstante, el motivo original de esta operación fue bien distinto, pues perseguía impulsar su expansión geográfica y su actividad en construcción de edificios de oficinas, campos de golf y hoteles.

En ese momento, la compañía había alcanzado un volumen de negocio de 78,6 millones tras un crecimiento del 136% en sólo doce meses y sus fondos propios se situaban en 50 millones. El activo tenía un valor de 310 millones.

Sin embargo, el pinchazo de la burbuja inmobiliaria y la propia crisis general han terminado por dañar la estabilidad de este grupo que apuntaba a convertirse en uno de los principales actores del sector en Andalucía.

Así, en el último ejercicio, su facturación (individual) se ha visto reducida hasta 3,2 millones, lo que, unido a las provi-



Promoción de viviendas de Galia en Triana (Sevilla), uno de sus proyectos estrella. /Juan Flores



Antonio Gálvez, accionista y consejero delegado de Grupo Galia.

siones realizadas por depreciación de activos, ha provocado unas pérdidas de seis.

“Este año vamos a recuperar

parte del volumen de negocio. Según nuestras estimaciones, terminaremos el año con unos ingresos de entre 35 y 37 millo-

nes, porque vamos a entregar promociones”, explica Martín, que señala además que el resultado se situará en 500.000 euros. El patrimonio de la compañía se sitúa actualmente en 258 millones.

Plan estratégico

Tras el proceso de reestructuración llevado a cabo, en el que destaca principalmente la venta de activos y la refinanciación, la promotora ha elaborado un plan estratégico adaptado al nuevo entorno, “con unas expectativas razonables, prudentes y conservadoras”, asegura Martín.

Uno de los pilares sobre el que sustenta su hoja de ruta para los próximos años es la estabilidad financiera. “Para ello, es fundamental el desarrollo y la venta de activos, una

vez que hemos alargado los plazos de la deuda. Por suerte, tenemos suficiente producto en curso, concretamente, cuatro promociones”, indica el directivo.

Por un lado, la compañía centrará parte de sus esfuerzos en añadir el mayor valor posible a los suelos que posee, especialmente mediante su urbanización para después venderlos. “Así, este activo gana liquidez y cuando el mercado se reactive nos permitirá traspasarlo en mejores condiciones”.

En lo que se refiere a nuevas promociones, la firma presidida por Luis Alarcón de la Oliva, que a su vez ocupa este mismo cargo en Grupo Alar Inmobiliaria, no tiene previsto iniciar ninguna, “ya que hay mucha oferta de vivienda”. Su actividad se enfocará a los edificios de oficinas.

“Tenemos dos pequeños solares de uso terciario, en Sevilla y en Huelva, con licencias solicitadas en algún caso”, indica Martín, que aclara que probablemente se destinen a alquiler, “ya que la venta está difícil”.

Y es que considera que todavía hay oportunidades. “En Sevilla antes del fiasco había déficit. Las últimas promociones que se han terminado son la de Insure en La Cartuja, Parque Torneo y la de Osuna para la Consejería de Justicia”.

Aproximadamente, la mitad de sus activos son de residencial (el 95% de primera vivienda) y el otro 50% de terciario, entre los que destacan los edificios Galia Nervión y Galia Puerto.

Andalucía lidera las ventas vinculadas al ‘Plan 2000E’

J.A.Gómez. Málaga

Andalucía fue, con 34.645 operaciones, la comunidad que concentró el mayor volumen de transacciones vinculadas con el Plan 2000E del Gobierno entre mayo y septiembre, según fuentes del Grupo Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (Ganvam).

Le siguieron, por este orden, la Comunidad Valenciana con 22.670 unidades comercializadas; Cataluña, con 20.312; y Madrid 16.201.

En términos porcentuales representó el 19,5% de las compras realizadas en territorio español, aunque desde la patronal advirtieron que esto no ha evitado que “Andalucía acumule un retroceso en sus ventas hasta septiembre del 34,9%”. De cualquier modo, un total de 518 concesionarios se han beneficiado de este programa de ayudas.

Vehículos nuevos

Del conjunto de unidades acogidas al Plan 2000E, la patronal detalla que el 91,1% correspondió a vehículos nuevos y el 8,9% de ocasión. Asimismo, el 94% fue operaciones suscritas por particulares frente a las pymes y autónomos -“sin lugar a dudas los grandes beneficiarios de este plan”-, que asumieron el 4,5% y el 1,5%.

El presidente de Ganvam, Juan Antonio Sánchez, abogó por ampliar la duración del programa nacional y autonómico “al menos durante otros doce meses desde que se agote su dotación, con el fin de evitar un nuevo frenazo en las ventas”.

Barbadillo lanza un espumoso y prepara un blanco acorde al gusto del Norte de Europa

TRABAJA EN UN PROYECTO DE I+D FINANCIADO POR CTA PARA DESARROLLAR NUEVOS CALDOS

M. Godino. Sevilla

Barbadillo ha dado un paso importante en su política de diversificación de productos con el desarrollo de un vino espumoso, siguiendo así la estela de otras bodegas andaluzas que se están decantando por este tipo de caldos.

La compañía presidida por Pascual Caputto procederá en breve al embotellado de las mil primeras botellas, que se utilizarán para catas, presen-

taciones y consumo interno. El lanzamiento comercial está previsto para 2011.

Este caldo se produce mediante la aplicación del método champenoise a un vino base de la variedad Palomino, autóctona del Marco de Jerez y tradicionalmente empleada para elaborar vinos generosos de esta zona vinícola, como fino, oloroso o amontillado.

Este proyecto se enmarca en uno más amplio que está

llevando a cabo de la mano de Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA) y el Ministerio de Ciencia e Innovación. Su objetivo, explican los promotores, “es desarrollar nuevos tipos de vino de calidad en Andalucía que abran líneas de negocio paralelas al tradicional mercado de caldos generosos y dibujen un horizonte rentable y competitivo para las bodegas de la región”.

Así, junto a este espumoso,

Barbadillo también está investigando el desarrollo de un vino blanco acorde a los gustos del Norte de Europa y la fijación de las características del vino tinto ya lanzado por la bodega.

Los espumosos de Francia, Italia y España lideran el mercado mundial en este segmento, entre los que destacan el champagne francés y el cava español, situándose a gran distancia Alemania.



Viñedo de Barbadillo, cuyo vino blanco es el más vendido en España.

Pese a la fuerte competencia y dinamismo de EEUU y nuevos países del hemisferio sur (Argentina, Chile, Sudáfrica y Nueva Zelanda) en el

mercado de los vinos tranquilos, estos competidores emergentes todavía no han entrado con fuerza en el sector de los espumosos.