

COMUNIDAD VALENCIANA

Fritta busca crecer un 15% anual tras la entrada de Nazca

ENTREVISTA PASCUAL PARRA Director general y socio de Fritta/ “Queremos ser como Zara, no el que marca la tendencia pero sí el más rápido y el más económico”.

A.C.A. Valencia

A finales del año pasado la gestora de capital riesgo Nazca se convirtió en socio mayoritario de la esmaltera castellonense Fritta. Una operación que para la compañía de Onda supuso cerrar definitivamente un cambio estructural que ha ido más allá de la crisis y del traspaso accionarial. “El último riesgo que nos quedaba era la situación accionarial, porque una estructura accionarial dispersa podía dificultar la gestión”, explica Pascual Parra, director general de la firma.

Hasta ahora el capital del fabricante de fritas, esmaltes, tintas y colores cerámicos, fundado en 1973, estaba en manos de tres familias, ya en la segunda generación. Un reparto que con el aumento de accionistas por la entrada de nuevos miembros de la familia entorpecer la toma de decisiones. “Eso provocó un matrimonio inmediato entre el fondo y el equipo directivo”, explica Parra, que se mantiene en el accionariado de la firma. Según el socio y directivo, una de las condiciones que se planteó era “que no se pusiera en riesgo la empresa y entrase sin endeudarla”.

Con la incorporación de Nazca, Fritta quiere mantener su crecimiento de entre el 10% y el 15% anual, después de haber dado un giro radical al grupo en los últimos años. “La crisis de 2008 y 2009 supuso un reto importante, pero también la oportunidad para refrescar el equipo y la organización y sobre todo un cambio definitivo para enfocarnos por completo al cliente”.

De producto a servicios

La industria encargada de desarrollar los recubrimientos que dan el aspecto exterior a las baldosas ha sufrido una auténtica transformación. La propia Fritta ha pasado de suministrar un producto industrial a convertirse en proveedor de servicios y tecnología a las azulejeras. Un cambio que Parra explica con un ejemplo muy visual: “Antes trabajábamos con un producto manual, ahora lo que llevamos al cliente es un *pendigital*”.

Un proceso que ha supuesto reconvertir a los trabajado-



Pascual Parra, director general de Fritta.

“Antes trabajábamos con un producto totalmente manual, ahora le llevamos al cliente un *pen digital*”

“Con la crisis reenfoamos las plantas en México y Vietnam y en 2008 cerramos en Brasil porque era deficitaria”

res y cambiar los procesos productivos, pero que ha dado sus frutos. Tras el descenso de las ventas en los años de crisis, “de 2009 a 2013 pasamos de facturar 35 a 92 millones de euros y fuimos la empresa que más crecimos del sector”, asegura Parra. El 70% del negocio consolidado procede de fuera de España, aunque también la mayoría de sus ventas nacionales son de azulejo fabricado aquí después se exporta.

Como los principales actores del sector, Fritta había dado el salto internacional, con varias factorías fuera de España, una estructura que también tuvo que adaptar. “En 2008 cerramos la planta de Brasil, que era deficitaria, mientras que reenfoamos las de México y Vietnam. Además tenemos una en Italia”.

El grupo ha conseguido

“Una de las condiciones para la entrada de Nazca era que no pusiera en riesgo la empresa al endeudarla”

“Las tintas digitales han sido una revolución y lo próximo serán los esmaltes digitales y vamos hacia ahí”

que todas las plantas tengan beneficios y ahora quiere expandirse desde ellas a otros mercados, más allá de sus propios países. “En el caso de Italia en Centroeuropa y desde México a Estados Unidos. La de Vietnam ya exporta el 30%, a India, Indonesia, Malasia y China”, comenta el director general.

La empresa también ha creado una oficina comercial en Rusia y el año pasado empezó en China, donde el 90% de lo que vende son tintas digitales. “Arrancamos con una filial comercial y un almacén y analizaremos en el futuro montar una planta”.

Parra considera que tras el fuerte desarrollo de los últimos años, la prioridad ahora es fidelizar a los clientes y consolidarse en la rentabilidad. “Aunque nos planteamos un crecimiento orgáni-

Los riesgos de los costes energéticos y ciertos mercados

Fritta cuenta con más de 250 personas en plantilla de las que 180 trabajan en España. Parra no tiene duda del liderazgo de esta industria española en tecnología, pero también advierte de ciertos peligros. “Como sector, tenemos algunos riesgos por la concentración en países como los árabes o el norte de África, por su situación política e inestabilidad”. Pero también alerta del riesgo de deslocalización por los altos costes energéticos en empresas que como la suya ya están instaladas en otros países. “Están penalizando a las empresas más eficientes y eso puede poner en riesgo la producción y el empleo aquí”.

co, tampoco descartamos aprovechar la entrada de Nazca para la compra de alguna compañía que nos aporte algún tipo de complementariedad en la cerámica, como determinadas piezas especiales”, apunta.

Una de las claves de la buena evolución de Fritta y del sector esmaltero español ha sido su capacidad innovadora. “España ha sido pionera en tecnología digital para la cerámica y eso ha supuesto una auténtica revolución en este sector. Primero eran sólo las tintas y los efectos digitales, pero ahora ya es todo”, señala.

Peso digital

En su caso la empresa ha invertido 3,5 millones de euros en adecuar su planta de Onda a este nuevo tipo de producto, que supone el 30% del volumen total “pero el 90% de las novedades que presentamos”.

El directivo considera que la tendencia para los próximos tres o cinco años serán los esmaltes digitales y Fritta quiere posicionarse ahí. “Queremos ser como Zara en nuestro sector, no ser necesariamente el que marca la tendencia o la moda, pero sí ser el más rápido y el más económico en nuestro servicio”.

CONSEJOS DEL JURISTA

Juan Manuel Pérez

Novedades en el ‘crowdfunding’

En línea con los movimientos regulatorios que se están dando en otros países de nuestro entorno, el Gobierno nos sorprendió hace unos días con un proyecto de Ley de Fomento de Financiación Empresarial que, junto a otras medidas, aprovecha para intentar regular de forma detallada y exhaustiva una actividad como la del *crowdfunding* que hasta el momento carecía de regulación en España.

En síntesis, el *crowdfunding* (o, como lo define el anteproyecto, la “Financiación Participativa”) es un fenómeno de intermediación financiera que cada vez está más en auge y que consiste en la cooperación colectiva de un conjunto de personas a través de internet para conseguir dinero u otros recursos para financiar iniciativas de terceros y que tiene múltiples variantes que irían desde las micro-donaciones sin un retorno específico hasta modelos basados en premios pasando por aportaciones de capital (*equity crowdfunding*) o préstamos a terceros (*crowdlending*).

En definitiva, pese a que todavía es una actividad incipiente en España, se trata de un método alternativo y emergente para financiar ideas, proyectos y compañías que ha despegado con fuerza en los últimos tiempos especialmente a la vista de las restricciones de crédito (se calcula que en 2013 movió en todo el mundo alrededor de 5.000 millones de dólares).

El anteproyecto concreta que las únicas formas de financiación participativa que serán objeto de regulación en la nueva ley son el *equity crowdfunding* –las que se instrumenten a través de suscripción de valores o participaciones de SLs– y el *crowdlending* –la solicitud de préstamos–. Quedarían fuera otras modalidades como el *reward-based crowdfunding* o el *donation-based crowdfunding* que se basan en donaciones, compra-

El Gobierno propone regular el sector y establecer límites a las inversiones que se realicen

venta de productos o préstamos sin intereses. El proyecto de ley regula en detalle multitud de aspectos relevantes para estas plataformas incluyendo la obligación de inscribirlas en el Banco de España o la CNMV o medidas de transparencia en cuanto al funcionamiento de la plataforma o la naturaleza de las operaciones publicadas. También se regulan los requisitos para poder desarrollar su actividad (p.e.: capital social mínimo de 50.000 euros y seguros superior a 150.000 euros; disponer de medios adecuados; honorabilidad de sus responsables, etc.) o como los servicios que están obligadas a prestar.

Dichas medidas parecen ir, por tanto, bien encaminadas y ayudarán a reforzar la profesionalidad del sector y así lo han reconocido las propias plataformas que ya están operando en España ya que supone un aspecto clave para dar seguridad a los inversores y estabilidad a las propias plataformas.

Sin embargo, las principales objeciones a la propuesta se refieren a los límites establecidos para financiar proyectos –un millón de euros financiable por proyecto; 3.000 euros cada inversor por proyecto; 6.000 euros anuales cada inversor por plataforma–. El rechazo a dichos límites ha sido casi unánime y se antojan escasos especialmente si los comparamos con otros países (por ejemplo, 100.000 euros anuales por inversor en Alemania; porcentaje de ingresos anuales o del patrimonio en Estados Unidos, etcétera.).

Dichas restricciones ya han supuesto de hecho la paralización de proyectos emblemáticos como el de The Crowd Angel que hace apenas unos días anunciaba la suspensión temporal de su actividad tras haber levantado más de 1,5 millones de euros para financiar siete proyectos empresariales. Noticias como esta deberían hacernos reflexionar, ya que estas restricciones pueden acabar “cortando las alas” a un fenómeno destinado a convertirse en una alternativa a la financiación tradicional y, lo más preocupante, pueden suponer una traba para nuevos proyectos emprendedores en un momento en el que no nos lo podemos permitir.

Responsable de Innovación y Emprendedores. Broseta.