



Expansión

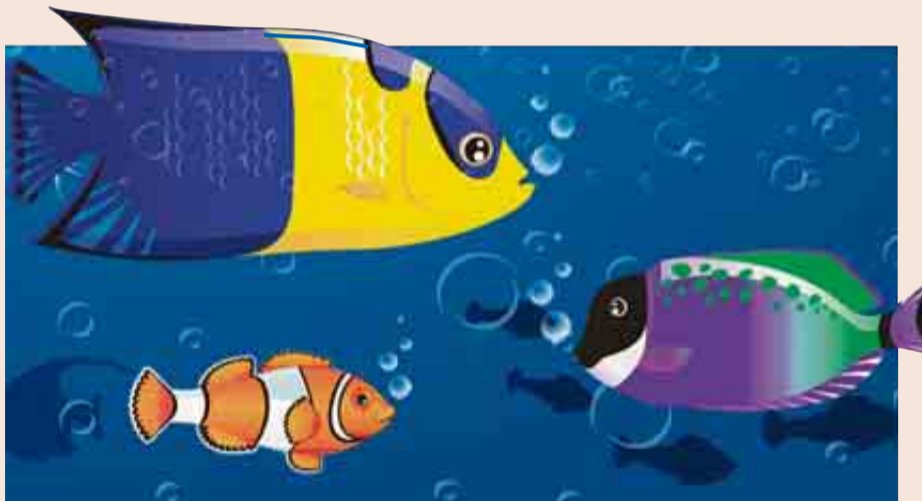
Sábado 24 de mayo de 2014 | 2,50€ | Año XXVII | nº 8.412 | Edición Andalucía

www.expansion.com

Los mejores valores para ir de pesca

Sacyr, Ferrovial y Amadeus son las compañías del Ibex más recomendadas

Sacyr, Ferrovial, Amadeus, OHL y Dia son los valores favoritos de los expertos dentro de los peces gordos de la Bolsa. A los analistas les gusta su posición internacional y los esfuerzos realizados para capear la crisis económica. Entre las empresas de mediana capitalización bursátil destacan CAF y Almirall por ser líderes en sus sectores; y Adveo y Fluidra son idóneos para aquellos inversores que quieran apostar por los valores pequeños. **P4-5 Inversor**



Santander y Telefónica, líderes en dividendos

Los fondos de inversión superventas en Europa

P6 a 8 Inversor

**EL PRÓXIMO
SÁBADO
GRATIS
GUÍAS
PRÁCTICAS
PARA PYMES**
P12-13 y 7 E&E

ANDALUCÍA

Liderkit acelera con Alemania ya como su primer mercado **P16**

Anasol invertirá 164 millones en una nueva planta fotovoltaica **P16**

Ibex 35	10.558,90	+0,36%
EuroStoxx	3.203,28	+0,49%
Dow Jones*	16.601,05	+0,35%
Euro/Dólar	1,3630	-0,28%
Riesgo País	157,25	-4,31%

* A media sesión

V ENCUENTRO EXPANSIÓN-KPMG SOBRE EL SISTEMA FINANCIERO

La unión bancaria mejorará el crédito

Los test de estrés y la unión bancaria impulsarán el crédito, según los participantes en

el V Encuentro Financiero EXPANSIÓN-KPMG, en el que la banca española recla-

mó al BCE que reconozca su singularidad de cara a las pruebas de estrés. **P2 y 17 a 21**

La banca española pide que el BCE reconozca su singularidad en los test de estrés

Abel Matutes:
"Un empresario en política lo paga caro" **P56**

S&P mejora el rating de España **P26**



De izquierda a derecha, Francisco Uría, socio responsable del Sector Financiero de KPMG en España; Juan Antonio Alcaraz, director general de Negocio de CaixaBank; Jaime Guardiola, consejero delegado de Sabadell; Matías Rodríguez Inciarte, vicepresidente de Santander; Giampaolo Zambelletti, vicepresidente de Unidad Editorial; Antonio Fernández-Galiano, presidente de Unidad Editorial; Fernando Jiménez Latorre, secretario de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa; Ana I. Pereda, directora de EXPANSIÓN; e Hilario Albaracín, consejero delegado de KPMG en España.

INVERSIÓN EN EMPRESAS
Alimentación, industriales, distribución, centros comerciales, servicios ...
Facturación mínima 12 M€/año

Corporate Fundraising
Reestructuring
Financing

902 100 399

www.abogadosyfinancieros.com

ANDALUCÍA

Liderkit acelera su crecimiento con Alemania como su primer mercado

REPUNTES DE DOS DÍGITOS/ El fabricante jiennense de carrocerías facturará este año 27 millones, lo que supone un 12% más con respecto a 2013. España ya es su segunda plaza, con el 26% de los ingresos.

Jesús Martínez. Jaén

El acelerador de la expansión internacional está pisado a fondo en Liderkit. Una política que llevará al fabricante jiennense de carrocerías para vehículos a elevar de manera considerable su volumen de negocio en los próximos ejercicios, con crecimientos anuales de dos dígitos. Una de las peculiaridades de la compañía es que sus productos los distribuye en forma de kit para montar desde sus plantas de Guarromán, donde trabajan más de 150 personas.

De cara a 2014, espera aumentar sus ventas un 12% hasta los 27 millones de euros. Este repunte –tres veces mayor que el logrado en 2013– se debe, en gran medida, a la aportación de nuevos mercados conquistados en los primeros meses de este año, principalmente Perú, Arabia Saudí y Nueva Zelanda.

A ello se añade que Alemania, por primera vez en sus cuarenta años de vida, ya es su destino principal por volumen de ventas. Representa el 27% del total, un punto por encima de España, “pese a que nuestro país se ha comportado mejor”, explica Juan de la Cruz, director comercial de la compañía.

“Aunque hemos seguido creciendo en Europa –añade–, es un mercado estancado y decidimos abrir el abanico de países para incrementar los pedidos”.



Carrocería fabricada por Liderkit para el equipo del piloto Valentino Rossi.

La compañía eleva sus contratos en países como Perú, Arabia Saudí y Nueva Zelanda

Si bien en 2013 llegaron los primeros resultados en estas nuevas plazas, es ahora cuando está logrando unos mayores avances, que irán ampliándose a corto y medio plazo. Además, los contratos firmados para distribuir sus carrocerías en Arabia Saudí y Emiratos Árabes le abren oportunidades en Medio Oriente. Y el suscrito en Nueva Zelanda, con un socio local, puede su-

poner durante el próximo año la posibilidad de ampliar la distribución a la vecina Australia.

Estos hitos, junto con la entrada en Perú, Túnez y Rusia, hacen que la dependencia de Europa y del mercado español sea cada vez menor.

En cualquier caso y pese a los avances en otros territorios más lejanos, el Viejo Continente sigue siendo clave para el negocio de la firma familiar andaluza. Tras Alemania y España, Francia ocupa el tercer escalón en el ranking de sus ventas con un 24% del total. Estos tres países acaparan más del 75% de los ingresos.

Entre sus clientes figuran los equipos de Valentino Rossi y Marc Gené, así como Red Bull en F1

Ya mucho más lejos aparecen Marruecos (7%), Bélgica (6%) e Italia, que suma el 3%. El 7% restante se divide entre los nuevos mercados mencionados, aunque la previsión es que representen este año tres puntos porcentuales más.

“Queremos tener la seguridad de no depender de un único mercado”, resalta De la Cruz. Esta frase resume gran parte de la filosofía de la com-

Nuevos productos

Liderkit está buscando la consolidación de otra línea de productos que, hasta ahora, ha tenido escasa penetración más allá de España. Se trata de las carrocerías isotermales, destinadas al transporte de productos perecederos en frío. Su venta ha tenido una buena comercialización en el mercado interior, pero sigue sin tener una presencia significativa fuera. Una de las dificultades que acarrearán estos productos para su exportación es que deben ser enviadas ya montadas y no en kit, como el resto. Eso hace que sus planes de promoción se concentren, por ahora, en los países europeos más cercanos.

pañía. De hecho, esta estrategia de internacionalización les sirvió para no sucumbir a la recesión actual. Desde el grupo se muestran convencidos de que, si hubieran dependido del mercado nacional, el estallido de la crisis económica en 2008 hubiera acarreado, con toda seguridad, su cierre.

La mayor parte de sus clientes son de los sectores industrial y sanitario, pero también ha trabajado para otros ámbitos muy diferentes como la Fórmula 1 o el motociclismo. Así, sus carrocerías las utilizan la escudería Red Bull y equipos de pilotos como Valentino Rossi o Marc Gené.

Ansasol invertirá 164 millones en una planta fotovoltaica

Expansión. Sevilla

La provincia de Sevilla contará con una instalación fotovoltaica de Ansasol, en la que se invertirán más de 164 millones de euros y que propiciará 350 empleos directos y 84 indirectos durante el desarrollo de la obra, así como 40 más en su explotación.

Así lo explicó ayer el alcalde de Alcalá de Guadaíra, Antonio Gutiérrez Limones, tras reunirse con el director comercial de esta empresa con sede en Málaga, Javier Estévez, para precisar los detalles técnicos y energéticos de la operación.

Sus previsiones en cuanto a plazos de ejecución apuntan a que se iniciará la planificación el próximo mes de julio y que se concluirá la actuación en el primer trimestre de 2016.

El proyecto de la instalación fotovoltaica ‘Don Rodrigo’ se desarrollará entre los términos de Alcalá de Guadaíra y Utrera, siendo el primero el que acoga la mayor parte del desarrollo y de las inversiones.

La planta diseñada tendrá una superficie total de 299 hectáreas y una potencia instalada de 150MWh, produciéndose aproximadamente una energía equivalente al gasto de 95.000 viviendas en un año.

Ansasol se dedica a proyectos e instalaciones de energía fotovoltaica, con más de diez años de experiencia en el mercado español y doce en el sector de la renovables de Alemania.

El número pernoctaciones supera los 10 millones hasta abril

J.A.Gómez. Málaga

Las perspectivas de los responsables turísticos se confirman con buenos datos. La comunidad registró durante el primer cuatrimestre del año (incluida la Semana Santa) un total de 10,4 millones de pernoctaciones hoteleras, que efectuaron cuatro millones de viajeros.

Ambas magnitudes han experimentado un avance del 4,7% y del 3,8%, respectivamente. Los aumentos se producen tanto en el turismo na-

cional, el más castigado por la crisis, como en el internacional, la principal locomotora de la recuperación. En el primero se alcanzaron los 2,3 millones de visitas y 5,3 millones de noches reservadas. En ambos casos hubo repuntes en torno a un 3%.

La comunidad se sitúa como el segundo destino español que recibe más visitas

En cuanto al foráneo, alcanzó los 1,7 millones de turistas que, con mayor poder adquisitivo, aumentaron sus estancias en casi un 7% hasta superar los cinco millones.

La región se sitúa como el segundo destino español más visitado, a nivel hotelero, con un 15,6% de la cuota de pernoctaciones.

Con estos datos, el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, mostró ayer en Málaga su optimismo sobre el futuro del sector.

Renault empieza a fabricar las cajas para el Twingo y el Smart

Expansión. Sevilla

Renault ha iniciado la producción en serie de la nueva caja de cambios JE3 de cinco velocidades en su planta de Sevilla, según informó ayer la empresa, que señaló que este componente se montará en el Twingo y también en el nuevo Smart.

El fabricante galo de automóviles explicó que el desarrollo de esta pieza forma parte de un acuerdo estratégico entre las compañías Renault-Nissan y Daimler, a través del

La producción de estas piezas supone un reto “muy interesante” para la factoría sevillana

que se aprobó una arquitectura común para vehículos compactos urbanos, lo que afectaría a la futura generación de estos modelos.

En el marco de esta colaboración se decidió la producción de esta nueva transmi-

sión de cinco velocidades, ideada para su uso combinado con un motor en posición trasera, lo que implica un ángulo de montaje diferente y la adaptación de las líneas de la factoría sevillana.

La corporación afirmó que este proyecto ha supuesto un reto “muy interesante” para el centro fabril hispalense, que en 2004 se convirtió en la instalación encargada de producir la primera caja de cambios para los vehículos de la alianza Renault-Nissan.