

BELLAVISTA**Despacho homologado**

El bufete de abogados Bellavista ha sido aprobado por el Copca como firma colaboradora para asesorar a las empresas en sus operaciones internacionales. El despacho está formado por 30 profesionales que aconsejarán a las compañías en procesos de adquisición y fusión de empresas.

COVERIGHT SURFACE HOLDING**El grupo se deshace del negocio de aplicaciones para muebles en España**

La multinacional alemana Coveright Surface Holding ha vendido la división española de aplicaciones para muebles a los directivos —encabezados por David Alonso— y a inversores privados. En la división, que operará a partir de ahora bajo la denominación de Tacon Decor y tiene su sede en Burgos, participaban junto a Coveright grupos de capital riesgo. El negocio vendido por la compañía alemana, que facturó el pasado año 30 millones de euros, consiste en la producción y comercialización de laminados, cantos y folios para fabricantes de muebles y empresas vinculadas a este sector. La consultora barcelonesa Coram Clairfield ha asesorado a Coveright en la transacción.

FLC**Centro de FP en Tortosa**

La Fundación Laboral de la Construcción de Catalunya (FLC) ha firmado un convenio con el Ayuntamiento de Tortosa por el que el municipio arrenda un terreno de más de 5.000 metros cuadrados. En esta superficie se construirá un centro de Formación Profesional (FP) para personal de la construcción.

NYLSTAR**El banco estadounidense Bear Stearns compra la textil, con planta en Blanes**

El banco de inversiones americano Bear Stearns ha adquirido la empresa holandesa de fabricación y distribución de hilados textiles Nylstar, que tiene plantas en Estados Unidos, Eslovaquia, Polonia, Francia y en España, concretamente en Blanes (La Selva). En la fábrica de Blanes trabajan 265 personas. El director general de la fábrica, Xavier Arnau, ha manifestado que no sabe aún como les afectará esta adquisición. Todo parece apuntar que los nuevos propietarios llevarán a cabo un estudio planta por planta para estudiar su rentabilidad y, posteriormente, adoptarán decisiones. Fuentes sindicales consultadas del sector textil desconocen también la repercusión que comportaran estos cambios, informa M. Cabruja.

LA ESTRATEGIA INCLUYE INTERNET, TIENDAS PROPIAS Y PRECOCINADOS

Las cofradías de pescadores buscan nuevos métodos para aumentar su rentabilidad

Los pescados procedentes de otros mares atacan a los productos autóctonos y las empresas han de aumentar el valor añadido de sus pescas para hacerles frente.

PALOMA SAN JOSÉ, Tarragona

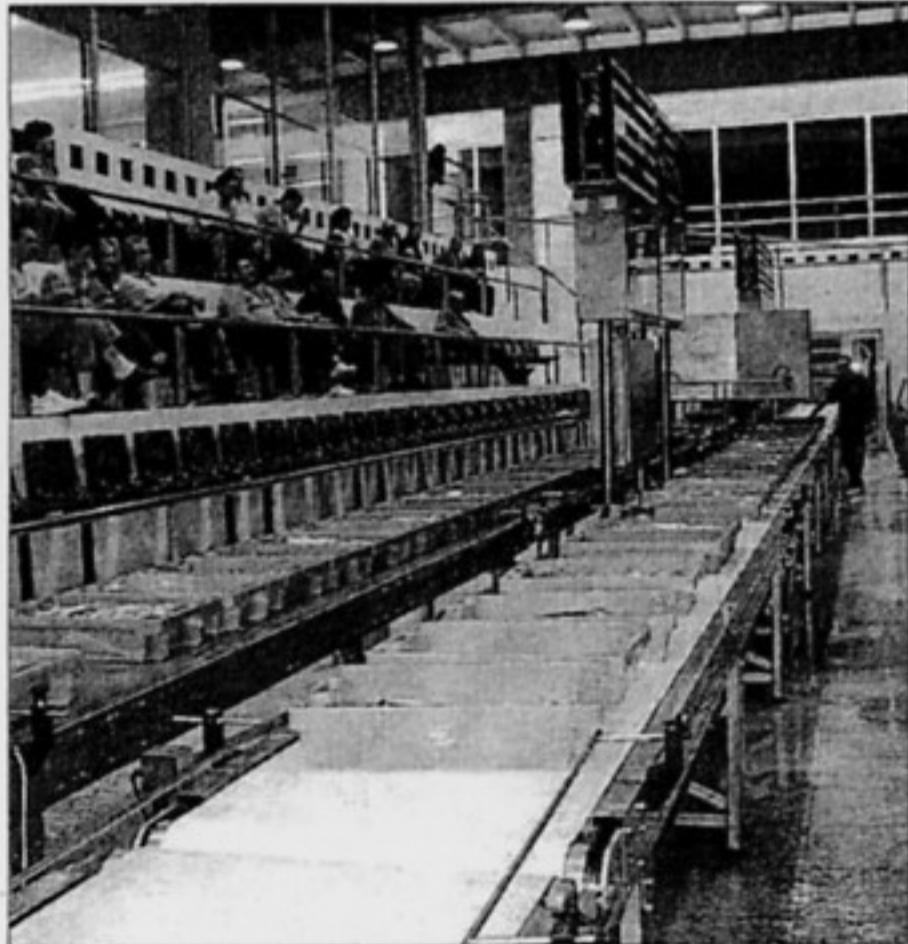
A diez kilómetros de París, el mercado de productos frescos de Rungis es el objetivo de la cofradía de pescadores de Sant Carles de la Ràpita (Montsià). Su director comercial, Miquel Aguilar, visitó el centro de distribución francés a principios de abril con la intención de iniciar allí la comercialización de sus productos precocinados y acabados, que quieren extender por el norte de Europa. La empresa acudió la semana pasada a la Sea Food de Bruselas para buscar distribuidores en los mercados europeos.

Ésta es una muestra de cómo las cofradías se implican cada vez más en la búsqueda de nuevos métodos comerciales, más allá del trabajo con las redes y la clásica subasta. Precocinados del mar, Internet, apertura de tiendas propias y acuerdos con cadenas de congelados —como la de la cofradía de Tarragona con Pescanova— son algunos de los resquicios comerciales que las cofradías aprovechan para aumentar sus márgenes y neutralizar la competencia del pescado procedente de otros mares.

Los pescadores de Catalunya capturan el 20% del pescado que se consume en la comunidad, y, en ocasiones, tienen que "tirar o malvender" el producto, lamenta el secretario de la cofradía de Cambrils, Xavier Domènech.

Precocinados para gourmets

La cofradía de Sant Carles de la Ràpita lanzó el pasado febrero una línea de negocio basada en vender a tiendas *delicatessen* pescados precocinados elaborados de forma artesanal y refrigerados. El gerente de la entidad, Joan Balagué, explica que han elegido artículos difíciles de vender y me-



Subasta de pescado en Sant Carles de la Ràpita.

Los pescadores de Catalunya capturan el 20% del pescado que se consume en la comunidad**Cambrils, la pionera**

Las técnicas de comercialización de las cofradías no han estado exentas de polémica. Como la que levantó la cofradía de Cambrils en 1999, cuando tomó una medida pionera al sustituir la subasta por la apertura de tiendas propias y la realización de ventas por teléfono. La entidad del Baix Camp tomó esta decisión porque "había más oferta que demanda y las ventas fueron cayendo", recuerda el secretario de la cofradía de Cambrils, Xavier Domènech. Las pescaderías de la localidad costera lo vieron como una forma de competencia directa. En la actualidad, la cofradía cuenta con cinco tiendas, en Cambrils (2), Reus, Salou y La Pineda. Su intención es crear un tercer establecimiento en Cambrils y estudiar abrir más tiendas propias en su área de influencia, sin introducirse en Tarragona, para no entrar en una guerra comercial con la cofradía de Tarragona. "Nos ha ido bien, pero comporta más trabajo, así que lo tenemos que estudiar", concluye.

nos valorados en el mercado para aumentar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero. "La merluza y el rape ya tienen un buen precio, pero hay otros como el pulpo o la caballa por los que necesitamos obtener más valor añadido". Los primeros productos que componen la gama son caldo de pescado, caballa ahumada y pulpo. El pulpo preco-

Las cofradías en cifras

	Tarragona	San Carles de la Ràpita	Cambrils
Flota pesquera	90	100	40
Pescadores	680	350	160
Facturación (en millones de €)	16,2	15	7,3
Capturas (en millones de kg)	9	3,8	2,8

Fuente: Propias cofradías y elaboración propia

cinado cuesta seis euros el cuarto de kilo, frente a los 5,20 del kilo del mismo pescado fresco. La cofradía ha contratado a la empresa Pescados y Mariscos Roset, de Deltebre, para realizar la elaboración. Distribuyen en Barcelona, Girona y Lleida y comenzarán a hacerlo a mediados de mayo en Tarragona. Sus rivales en el mercado son Gallina Blanca —Grupo Agrolimen— y Aneto.

Más innovación

Sant Carles de la Ràpita no es la única cofradía que busca fórmulas nuevas de comercialización. El pasado agosto, la de Tarragona alcanzó un acuerdo con la empresa gallega Pescanova, para venderle la mitad de sus capturas. El acuerdo contempla que la compañía venda 2.000 toneladas de pescado envasado durante el primer año a Pescafresca, filial de Pescanova. El secretario de la cofradía, Josep Brunet, explica que el motivo de esta decisión fue revalorizar el precio de algunas especies atacadas por la inestabilidad de los precios, como la sardina.

La mayor parte de las capturas de Tarragona corresponden a pescado azul, con predominio de la sardina y el boquerón. En este contexto, la cofradía quiere sacar jugo a su planta de envasado y alcanzar acuerdos de distribución con más mayoristas. "Interesa tener el máximo de clientes pa-

ra que el precio suba", apunta Brunet. No hay unanimidad en estas fórmulas. El convenio con Pescanova fue denunciado a la Generalitat por la Federació de Comerciants de Peix de Catalunya. Su gerente, Josep Maria Morell, se basa en que las cofradías no tienen atribuciones legales para realizar la comercialización directa. Morell recuerda que las cofradías son titulares de las lonjas, donde se realiza la primera venta, ya sea mediante subasta o de forma directa.

Sin embargo, la posibilidad de realizar distribución directa sí se les permite a los armadores, según Morell. La denuncia está pendiente de una sentencia del Tribunal de la Competència. Brunet responde que tienen dictámenes del Departament d'Agricultura de la Generalitat que validan la legalidad de la medida, elaborados antes de firmar el acuerdo. A finales de octubre, los mayoristas de pescado de Tarragona, que representan el 70% de los compradores, decidieron boicotear a la cofradía y comprar a otras zonas. Este boicot supuso unas pérdidas de cien mil euros, según el secretario de la entidad.

El sector valora el acuerdo con pies de plomo. El secretario de la cofradía de Cambrils, Xavier Domènech, cree que un proyecto de este tipo revela "los problemas de los pescadores para vender su producto lo mejor posible".

EN REUS

El edificio Tecnoparc sale a concurso por 52 millones

EXPANSIÓN, Barcelona

El consejo de administración de la sociedad municipal Reus Desarrollo Económico, Redessa, ha aprobado las cláusulas del concurso público de obras e instalaciones del futuro edificio Tecnoparc de Reus (Baix Camp). El presupuesto máximo de licitación será de 52 millones de euros y contará con un espacio superior a 45.000 metros cuadrados.

Las ofertas se podrán presentar hasta el 2 de noviembre de este año y las obras deberían estar finalizadas en el primer semestre de 2010, para que se pueda acoger la feria ExproReus.

Este espacio integrará el nuevo Palacio de Ferias y Congresos de Reus, con salas de exposiciones y reuniones de más de 18.000 metros cuadrados, frente a los 13.273 metros cuadrados actuales. El área donde el Ayuntamiento prevé más crecimiento es el auditorio, que actualmente tiene 658 metros cuadrados y prevé que tenga cerca de 1.300 y una capacidad para 800 personas.

Más ubicaciones

En el edificio Tecnoparc también se instalará un centro de servicios de la Cámara de Comercio de Reus, con seis aulas de formación de 35 metros cuadrados y varias salas de reuniones y despachos.

Además, se ubicará la sede de Tecnoparc Reus, la sociedad promotora y gestora del parque tecnológico, y se contempla una previsión de espacio de entre 1.500 y 2.000 metros cuadrados para un centro de producción audiovisual.

7 de maig de 2007. Pàg. 4

BELLAVISTA

**Despacho
homologado**

■ El bufete de abogados Bellavista ha sido aprobado por el Copca como firma colaboradora para asesorar a las empresas en sus operaciones internacionales. El despacho está formado por 30 profesionales que aconsejarán a las compañías en procesos de adquisición y fusión de empresas.