

El 20% de las ventas de prefabricados de hormigón se destina a Portugal

Mabetón España terminará en 2003 una nueva nave

MÓNICA MORENO
Talavera (Toledo)

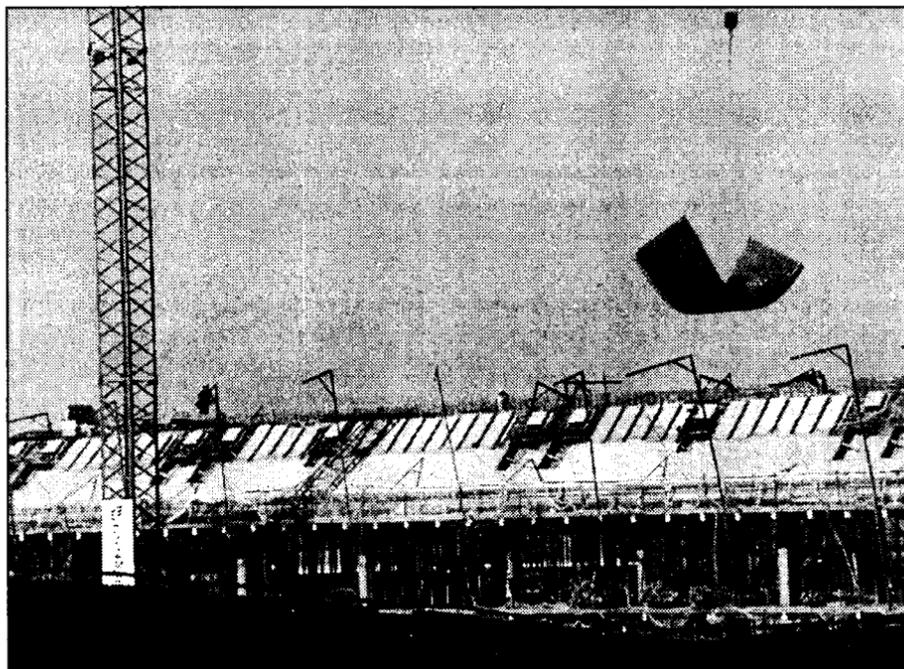
La empresa Mabetón España, ubicada en la localidad toledana de Talavera de la Reina, está construyendo una nave de 10.000 metros cuadrados que estará terminada el próximo año, tal y como ha indicado la responsable de Contabilidad y Finanzas de Mabetón España, Raquel Marcos.

Esta nueva nave estará situada en el Polígono Industrial de Cazalegas y supondrá el duplicar las actuales instalaciones que ocupan una superficie de 5.000 metros, entre el almacén y los patios. Con esta nueva planta Mabetón España se trasladará a las que se están edificando, ya que en las que se encuentra no son de su propiedad.

La empresa se dedica desde 1987 a la comercialización de maquinaria para elaborar prefabricados de hormigón. Mabetón vende tanto maquinaria nueva como de segunda mano.

El principal mercado en el que venden sus prefabricados es el peninsular que representa el 80% de las ventas totales y el 20% restante se comercializa en el país vecino, Portugal. De momento según la responsable de Contabilidad y Finanzas de Mabetón España,

El volumen de facturación de la empresa de Talavera alcanzó en 2001 los 7,81 millones de euros



Entre los clientes de la empresa están las principales constructoras del país.

Raquel Marcos no tienen previsto abrirse a nuevos mercados, "pues aunque se hacen operaciones puntuales en otros países, tanto en España como en Portugal nos estamos consolidando, ya que es un sector con mucha competencia".

La facturación de Mabetón España alcanzó en el año 2001 los 7,81 millones de euros, volumen de negocio que se mantuvo con

respecto al año anterior. Este volumen de facturación proviene tanto de la venta directa que ellos realizan de la maquinaria como de la intermediación en ventas por las que la empresa

recibe comisiones. La empresa, que tiene una plantilla de 12 trabajadores, importa dichas máquinas de países del

norte de Europa como Finlandia, Alemania y Dinamarca. Asimismo Mabetón está apostando fuertemente por el marketing directo a través de las diferentes ferias sectoriales, ya que para la empresa es fundamental que los productos se vean de cerca para comprobar su calidad.

Los clientes de la firma de Talavera de la Reina son grandes empresas de la construcción como Necso Entrecanales y Cubiertas, Precon, etc., aunque también sirven a pequeñas sociedades.

“ ”
La empresa está apostando por el marketing directo a través de la asistencia a ferias sectoriales

Audiotecnic contará con 100 trabajadores más

Se dedicarán a la fabricación de aparatos reproductores de DVD

RODOLFO LLOPIS
Cuenca

La empresa Audiotecnic Desarrollo, S.L, con sede en la localidad conquense de Tarancón y dedicada a la fabricación de aparatos de audio y vídeo, verá ampliada próximamente la plantilla de trabajadores con la contratación de más de un centenar que tendrán como dedicación básica la producción de aparatos reproductores DVD, una vez los directivos de la factoría suscriban un convenio de producción con la multinacional holandesa Philips.

Según el presidente del comité de empresa de Audiotecnic Desarrollo, S.L., Alfonso Mariscal, las conversaciones están muy avanzadas entre

ambas compañías y el acuerdo de producción cristalizará sin ningún problema en las próximas fechas. Mariscal ve con optimismo esta operación de la empresa

taranconesa ya que de él se van a derivar nuevos puestos de trabajo y una mayor facturación para el grupo empresarial.

Audiotecnic Desarrollo, S.L. sustituyó a la Thompson en esta factoría mediante

la compra de sus instalaciones y el volumen de negocio que tenía entonces la empresa francesa. Hace unos meses la empresa

estuvo a punto de ir a la huelga ante la falta de un entendimiento con los sindicatos en materia de reivindicaciones sociales y económicas.

El nuevo proyecto de trabajo que se va a derivar del acuerdo que está a punto de firmarse significaría una inversión de algo más de 300 millones de pesetas (1,80

millones de euros) que se destinaría a nueva maquinaria y mejora de las instalaciones de que dispone la factoría en la localidad conquense de Tarancón.

“ ”
Este proyecto supondría una inversión de más de 1,80 millones de euros

“ ”
Los directivos de la empresa van a suscribir un convenio de producción con Philips

REDACCIÓN
Guadalajara

En el reportaje publicado en este semanario en el número 164, titulado "Incertidumbre por la reconversión industrial de las multinacionales," aparecía que la empresa Hispano Ferritas S.A. (Hispafer), que fue adquirida por la taiwanés Yaego, había descendido, debido a la compra por este grupo, su plantilla de trabajadores de 204 a 120 empleados, tal y como habían explicado a este medio los sindicatos de Guadalajara.

Hispafer nunca ha sufrido una reconversión industrial

Para la empresa de Guadalajara el cambio de accionista ha supuesto un incremento de las inversiones

La empresa alcarreña Hispano Ferritas, en una carta enviada a este semanario, ha querido dejar claro que Hispafer no ha sufrido nunca ninguna "reconversión industrial" ni ha estado en los últimos años por

debajo de la cifra actual de 211 empleados.

El director de Recursos Humanos de Hispafer, José M^o Lacunza, comenta que con el cambio de accionista, que se produjo a finales del año 2000, ha habido un fuerte incre-

mento de las inversiones, así como en el capítulo dedicado a I+D, "incluso en momentos como el actual donde el mercado mundial de la electrónica está sufriendo una fuerte recesión que por supuesto nos afecta, al ser fabricantes

y exportadores de componentes electrónicos, de los que el 97% van destinados a Europa, USA y Asia/Pacífico".

Según la empresa, con casi 32 años de historia, se ha caracterizado siempre por su espíritu innovador y el servi-

cio al cliente. "Durante este tiempo hemos contribuido al desarrollo industrial de Guadalajara, de lo que nos sentimos especialmente orgullosos, aportando además un importante volumen de empleo indirecto", comenta José M^o Lacunza.

Asimismo Hispafer también está dedicando un esfuerzo importante al I+D pues siempre ha destinado, dependiendo del nivel de ventas, entre un 4 y un 5% de las mismas a costes de I+D y entre un 7 y un 8% a costes en Aplicaciones y Marketing.