

COMUNIDAD VALENCIANA

F. Segura cambia de planes en China y sale de su filial

INDUSTRIA/ El grupo auxiliar del automóvil mantiene su alianza con Jilin Jinghong para instalarse en el gigante asiático, pero en una ubicación distinta a la inicial.

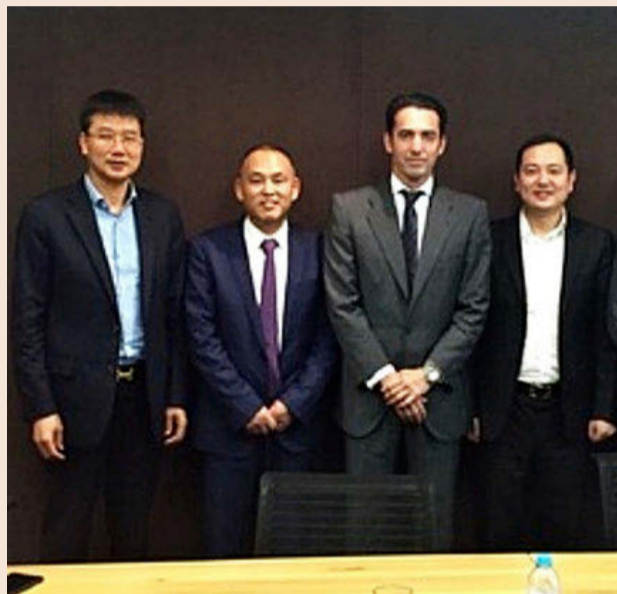
A.C.A. Valencia

El mercado chino tradicionalmente siempre ha sido uno de los más complejos y complicados para las empresas valencianas. Una de las mayores industrias de capital valenciano de la industria del automóvil, Grupo F. Segura, está viviendo en sus propias carnes esas dificultades, después de que a finales de 2016 crease una sociedad junto a un socio local para empezar a producir en China.

El grupo valenciano ha optado por desprenderse de su participación en Segura Jinhong Jilin Autoparts Co, la sociedad creada con el fabricante local Jinhong Jilin, según desvela la memoria de las cuentas de 2018 de Balpa, la sociedad holding. Los planes iniciales de la sociedad, en que Segura poseía un 70%, contemplaban una inversión de 10 millones de euros en las instalaciones de su socio chino en Jilin, en el norte del país, para producir componentes destinados a los marcas de coches asiáticas.

“Hemos parado nuestros planes en China pero con la intención de relanzarlos”, explicó ayer el propio presidente

Tras el éxito en Hungría, que genera casi la mitad de su negocio, considera que Asia es el futuro



Francisco Segura y directivos de Jinhong Jilin en 2016.

del grupo valenciano, Francisco Segura. De hecho, pese a salir de la empresa conjunta, Segura mantiene la alianza con su socio y continúa con su colaboración técnica y de know-how. “La intención es buscar otras ubicaciones para la planta conjunta, porque las fuertes previsiones de inversión industrial que se iban a llevar a cabo en esa zona del norte de China se han reducido”, señaló el presidente del grupo.

El máximo responsable del fabricante de piezas metálicas de estampación para el automóvil, que mantiene una oficina en Shanghai, insiste en que la apuesta sigue siendo

posicionarse en el gigante chino. “Tenemos claro que Asia es el gran mercado de futuro de Segura”.

Precisamente Francisco Segura consideró que la internacionalización, con la implantación hace once años de una planta en Hungría, “ha hecho que la empresa de entonces no tenga nada que ver con la actual”. La factoría húngara, desde la que fabrica para las factorías de las marcas en el centro de Europa, ya supone alrededor del 50% de su negocio consolidado, situado en 170 millones de euros. Pese a la incertidumbre que vive el sector del automóvil en toda Europa, consideró que allí “las perspectivas son buenas porque BMW ha anunciado una nueva planta en el país”. Francisco Segura participó precisamente el pasado jueves en la jornada *Empresas Familiares en el Mundo*, organizada por la Cátedra de la Empresa Familiar de la Universidad de Valencia, y que tuvo como eje los mercados de Austria y Hungría.

El fabricante auxiliar señaló que tras una primera fase en que intentó “españolizar” la filial al final han optado por “húngarizar” el grupo para implantar su cultura empresarial y apuntó que el pleno empleo es una de las principales dificultades a la hora de instalarse por las dificultades para la contratación.

Menos beneficio

- La situación del sector del automóvil europeo se dejó notar en los resultados de sociedad holding del grupo.

- Balpa ganó 1,05 millones en 2018, frente a los 7,7 millones del ejercicio anterior.

- Además de salir de la filial china, el grupo disolvió Segura Solar Energy, con la que había intentado desarrollar la energía solar térmica.

Bankinter crea una división de inversión inmobiliaria en la territorial de Levante

J.Brines. Valencia

Bankinter ha decidido acercar la inversión en activos inmobiliarios a sus clientes de banca privada regional, y para ello ha creado una división específica en la dirección territorial, que abarca la Comunidad Valenciana, Murcia y Baleares.

El responsable de esta actividad es Ignacio Sánchez Ferragut, un profesional especializado en real estate, con más de veinte años de trayectoria en diferentes firmas,

principalmente en la zona de Levante. Desarrolló su carrera en Aguirre Newman, en tareas de asesoramiento a inversores, propietarios, fondos de capital e instituciones en sus transacciones inmobiliarias. Los últimos tres años ha estado en el equipo de Venta Institucional de Haya Real Estate.

“El cliente pide que, además de activos financieros, le consigas activos en renta”, explica Antonio Berdiel, director territorial de Bankin-

ter. También se busca dar respuesta a clientes que quieren desprenderse de activos inmobiliarios. Con esta nueva figura, se quiere dar más valor local a esta actividad. “Nuestro cliente no tiene que buscar asesores inmobiliarios y además con nosotros tiene la

Ha fichado para esta actividad a Ignacio Sánchez Ferragut, procedente de Haya Real Estate

financiación cerrada, así optimizamos el capital”, explica Berdiel.

Es la primera experiencia de este tipo en una división territorial de Bankinter, que tiene el resto del equipo inmobiliario en Madrid.

Bankinter gestiona un patrimonio de clientes de banca privada de casi 39.000 millones de euros. En la Territorial de Levante, el patrimonio gestionado de estos clientes asciende a 4.000 millones de euros.



A VUELTAS CON LA LEY

Killian Beneyto

DO: ¿Su evocación se puede proteger?

El arroz, el vino, la chufa, el aceite, incluso el kaki, todos ellos representan algunos de los productos que se encuentran amparados bajo la protección de “denominación de origen” (DOP) de Valencia.

Esta política proteccionista tiene su razón de ser en tutelar a los consumidores, ante prácticas comerciales que puedan causar confusión a la hora de vender este tipo de productos y su efectiva vinculación –o no– con un determinado territorio conocido por la calidad de determinados productos autóctonos.

Recientemente, la Sentencia núm.451/2019, de 18 de julio, del Tribunal Supremo (Sala de lo Civil), ha tenido ocasión de resolver un supuesto en el que se debatía sobre el etiquetado de un determinado queso, el cual, a pesar de no merecer la condición oficial de DOP queso manchego, se vendía bajo unos signos distintivos que permitirían a cualquier consumidor medio pensar que efectivamente se trataba de un queso protegido por dicha denominación de origen.

Digamos que, tanto el nombre comercial, como su representación gráfica, un hidalgo subido a un flaco rocín, evocaban a cierto personaje novelesco cuyo nombre todos conocen.

Lo interesante del asunto es que, por un lado, siguiendo las pautas de la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 2 de mayo de 2019, nuestro Tribunal Supremo recuerda que un determinado producto, incluso aunque también provenga de la misma región, no necesariamente tiene que estar amparado por la especial calidad de la DOP. Es decir, aunque, en términos literales, se trate de un queso manchego como tal.

El segundo aspecto a tener en cuenta tiene que ver con el propio alcance de la ‘evocación’ que puede llevar a confusión al consumidor medio, ya no solamente utilizando términos o expresiones que recuerden a una determinada zona

geográfica y con ello a su DOP del producto protegido en cuestión, sino también de forma ilustrativa, como puede ser reproduciendo un paisaje o la silueta de un más que conocido personaje novelesco.

Si trasladamos estas prácticas censuradas al ámbito de aquellos productos valencianos merecedores de la calidad diferenciada que reconoce la DOP, cabe pensar que un fabricante, por el mero hecho de que se encuentre asentado en Valencia, no podrá inducir a confusión a los consumidores haciéndoles creer que su producto está protegido por la DOP de Valencia que corresponda a su tipo de producto.

Y por esta razón, es evidente que en sus productos no podrá utilizar dicha denominación registrada, pero es que tampoco podrá utilizar otros elementos que evoquen a la región valenciana y que puedan causar confusión al consumidor medio a la hora de valorar la calidad real del producto, se trate ya de palabras, expresiones, dibujos o símbolos claramente valencianos.

Abogado



La horchata cuenta con una Denominación de Origen.