

# Ausa se alía con JLG para vender sus carretillas telescópicas en EEUU

**MAQUINARIA/** La compañía del Bages firma un acuerdo para ampliar su presencia en Norteamérica. La empresa familiar, que facturó 86 millones el año pasado, pretende crecer también en Extremo Oriente.

**Artur Zanón,** Barcelona Automóviles Utilitarios (Ausa) da un paso decidido para crecer fuera de la Unión Europea. El fabricante de carretillas todoterreno, *dumpers* y manipuladores (carretillas) telescópicas acaba de firmar un acuerdo comercial en Estados Unidos por 10 años con JLG, que es el mayor fabricante de carretillas telescópicas del mundo. Ausa le suministrará un tipo de manipuladores que JLG no produce.

El pacto no prevé una cifra de ventas concreta, pero el consejero delegado de la compañía, Ramon Carbonell, considera que hasta septiembre de 2020 podrá vender unos 60 manipuladores –por unos 2,5 millones–, fabricados en Manresa (Bages), donde la firma tiene su sede.

Carbonell fichó por Ausa en 2015 tras haber vendido su participación en la constructora Copcisa –de la que fue vicepresidente– a su hermano, Eloi, que controla el 100%.

Por su parte, la compañía del Bages está participada por la familia Perramon, con una presencia ligeramente superior al 50%; por la familia Gracia, de San Javier (Murcia), que entró en 2015 y posee un 32,5%, y por las familias Tachó y Vila, con un 17%. Su presidente es Manel Perramon, de la segunda generación.

La compañía cerró el pasa-



Rogerio dos Santos, director sénior de ingeniería de JLG, y Ramon Carbonell, consejero delegado de Ausa.

do ejercicio con una facturación de 86 millones de euros, un 10% más que en 2018. Antes de la crisis, llegó a 150 millones y en 2010 bajó hasta los 40 millones. La caída del negocio le obligó a salir al exterior, ya que hace diez años el peso de España estaba en torno al 80%; hoy es del 30%. EEUU supone un 8%.

Según Carbonell, Ausa busca un mayor equilibrio en las regiones con renta media y alta. En un plazo de cuatro o cinco años, la empresa quiere que la UE represente el 50%;

## ORÍGENES

Maurici Perramon, Antoni y Guillem Tachó y Josep Vila fundaron Ausa en 1956 para fabricar **microcoches**. En 1961, la firma pasó a ensamblar **'dumpers'** al ver que no podrían competir con Seat, que entonces daba sus primeros pasos.

EEUU, un 20%; Asia-Pacífico, otro 20% y el resto, un 10%. En España, la firma espera mantener la facturación pero su peso se diluirá por el alza del resto de zonas.

El acuerdo firmado con la cotizada norteamericana le permitirá crecer en un mercado donde, según Carbonell, el margen es elevado. JLG es filial de Oshkosh Corporation, que facturó 7.510 millones de euros en el ejercicio fiscal acabado en septiembre.

La mitad de sus ingresos, aproximadamente, proceden

de la maquinaria de elevación. Una parte de este negocio se debe a acuerdos con otras empresas, como Caterpillar, que fabrica marca blanca para JLG, que es lo que hará Ausa también, aunque, inicialmente, en el segmento de los manipuladores telescópicos más pequeños. Estas máquinas –4 metros de altura y 1.200 kilos– se dirigen al canal de alquiler para uso final de ayuntamientos, constructores locales y particulares.

“Nos conocieron en Bauma [la feria de maquinaria y materiales de construcción de Múnich] y vinieron a Manresa para proponernos la alianza”, dice Carbonell, quien confía en que en el futuro el acuerdo tenga más recorrido.

Con 300 empleados (sesenta más que hace tres años), Ausa trabaja a un turno y medio en su fábrica de Manresa. El directivo cree que el acuerdo con JLG no implicará ampliar la plantilla a corto plazo.

Respecto a Extremo Oriente, que ahora representa un 10% del negocio, Ausa pretende centrarse en Japón, Corea del Sur y Singapur. En el primer caso, la firma está homologando los motores.

La compañía está ejecutando un plan inversor de 12 millones a cinco años, una de cuyas prioridades es el desarrollo de máquinas eléctricas que sean más eficientes.

## GrandVoyage factura nueve millones y abre en Rambla Catalunya

**E. Galián,** Barcelona

La plataforma online de viajes de larga distancia GrandVoyage ha cerrado el ejercicio de 2019 con una facturación de nueve millones de euros, frente a los siete millones del ejercicio anterior. La empresa, fundada por el emprendedor Arvin Abarca en 2012, prevé crecer un 30% este año tras ampliar a 27 su oferta de destinos. La firma ha introducido viajes a Noruega, Cuba, Irán, Filipinas, Malasia, Mauricio, Sudáfrica e Islandia.

Debido al crecimiento que está experimentando, la firma, fundada en Girona en 2012, acaba de mudarse a unas nuevas oficinas en Rambla Catalunya, 91-93, en Barcelona. La decisión se ha tomado con la expectativa de aumentar la plantilla en quince personas durante el primer trimestre del año.

Las últimas incorporaciones han sido las de una experta en marketing procedente de Atrápalo y Holaluz, un especialista en producto, un responsable de equipo técnico y un *project manager* con experiencia previa en EY y KPMG.

En sus ocho años de actividad, GrandVoyage ha cosechado un total de 19.000 clientes, el 20% en el último año. “Para nosotros, 2019 ha sido un año de consolidación del equipo para poder pasar al siguiente nivel”, explica Arvin Abarca, que además de fundar la empresa, ostenta el cargo de consejero delegado.

## Noel compra la unidad productiva del fabricante de embutidos Font Verdaguer

**S. Saborit,** Barcelona

Noel Alimentaria ha incrementado su capacidad de producción con la compra de la fábrica que la empresa Hermanos Font Verdaguer posee en Sant Esteve d'en Bas (La Garrotxa). Se trata de una planta especializada en la elaboración de embutidos curados, principalmente fuet, salchichón, salami y chorizo.

Con una trayectoria de más de cincuenta años, Font Verdaguer es una empresa familiar que suspendió pagos a comienzos de 2019. Aunque la compañía presentó concurso voluntario con vocación de continuidad, al final el Juzga-

do Mercantil número 1 de Girona ha acordado la venta de su unidad productiva (la fábrica y las marcas) a Noel, que se ha quedado con toda la plantilla, integrada por unos 25 trabajadores, según avanzó ayer *Alimarket*. Fuentes de Noel han confirmado que la transacción se formalizó el pasado 26 de noviembre.

“Esta operación forma parte de la estrategia de expansión

**El grupo familiar se hace con una planta en Sant Esteve d'en Bas y asume toda su plantilla**

de Noel y supone un ejemplo más de la apuesta decidida por seguir desarrollando nuestra actividad en el territorio”, explica la empresa propietaria de la familia Boix Bosch.

La fábrica de Font Verdaguer dispone de una superficie construida de 5.000 metros cuadrados y está homologada para poder exportar a Europa y a países como Brasil y Japón. Entre sus marcas figuran *Antártida*, *Espir* y *Jasper*. En 2018, Font Verdaguer facturó 5,6 millones de euros y registró unas pérdidas de 781.500 euros. Al cierre de ese ejercicio, la compañía de la fa-

milia Font tenía una deuda bancaria a corto plazo de 1,2 millones, a los que se sumaban 700.000 euros con proveedores y 206.000 euros de pasivo a largo plazo. En total, en 2019, cuando suspendió pagos, debía hacer frente a unos vencimientos de deuda superiores a los dos millones.

En La Garrotxa, Noel ya contaba con dos grandes centros productivos. La empresa de elaborados cárnicos posee sus servicios centrales en Sant Joan Les Fonts, en un complejo que también alberga sus plantas de embutidos cocidos, embutidos curados y loncheados. En paralelo, en



Joan Boix Sans, director general de Noel Alimentaria.

Olot tiene una sala de despique y el centro de elaboración de productos cárnicos frescos. Noel Alimentaria facturó 276,8 millones en 2018 tras crecer un 8% y acometer unas inversiones de 14 millones. Su beneficio neto subió un 40%,

con unas ganancias de 3,19 millones. El año pasado, Noel también compró el 50% del fabricante de pizzas frescas Casa Bona Tradicional, aunque ahora posee el 35%, tras la incorporación a esta compañía de Europasty.