

ANDALUCÍA

Avatel pretende crecer en 2019 con la adquisición de operadores locales

TELECOMUNICACIONES/ La compañía de Internet y servicios digitales, con más de 100.000 clientes, se ha convertido en el sexto operador nacional de FTTH de servicios 'quadplay', fibra, móvil, fijo y televisión

Juan A. Gómez. Málaga

Avatel Telecom quiere proseguir su actual ritmo de crecimiento de dos dígitos. Para ello, ha puesto el foco en la compra de operadores medios y de carácter local. Este es el principal eje de su estrategia para 2019, después de tres años desplegando fibra y servicios digitales a pleno pulmón.

Un buen ejemplo fue la adquisición, en octubre de 2018, del grupo TV Horadada, una firma con sede en Murcia, por 20 millones de euros. Gracias a esta operación, la tecnológica marbellí accedía a la comunidad murciana y aumentaba su presencia en Alicante.

Pocos meses después se hacía con la totalidad de la sociedad holaFIBRA, adquiriendo a holaMOBI el 50 % de sus acciones. Como resultado, Grupo Avatel alcanzaba los 100.000 clientes, 500 kilómetros de fibra desplegada y un portfolio de 37 tiendas físicas, sumando las 25 que ya poseía junto a las doce de holaFIBRA.

Por otro lado, su radio de acción se ampliaba al Levante, Murcia, la Costa del Sol y Campo de Gibraltar al Valle del Guadalhorce (Málaga); Los Barrios y Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) así como localidades de Ciudad Real, Cáceres, Badajoz y Tarragona.

En la actualidad, la compañía de Internet y servicios di-



Ignacio Aguirre, director de negocio del Grupo Avatel.

La previsión es crecer un 24 % y alcanzar los 31 millones de euros de facturación en 2019

giales se ha convertido en el sexto operador nacional de FTTH de servicios *quadplay* (fibra, móvil, fijo y televisión).

La previsión que maneja su director de Negocio, Ignacio Aguirre, es crecer un 24% y alcanzar los 31 millones de euros de facturación al cierre de 2019, con un ebitda (resultado

bruto de explotación) aproximado de 12 millones de euros "atendiendo solo al crecimiento orgánico", aunque aclara que las ventas podría aumentar significativamente "de prosperar" el nivel de adquisiciones que contemplan, señala a EXPANSION.

Incorporar redes

Su *target* son operadores medios de entre 15.000 y 10.000 clientes. Para el directivo, esta fórmula les permite "ganar tiempo e incorporar redes existentes". "Hay mucho talento en los operadores loca-

Grupo Avatel alcanzaba los 500 kilómetros de fibra y un portfolio de 37 tiendas físicas

les y su futuro es muy complicado si no se integran", reconoce. Entre las virtudes de estas empresas figura "el valor añadido que aporta la cercanía con sus clientes y una calidad que no brindan las grandes operadoras", añade.

Para garantizar estas cualidades, la compañía manten-

Nacimiento en plena crisis inmobiliaria

Avatel nace en 2011 y en plena crisis inmobiliaria. "Por entonces, había muchos desarrollos inmobiliarios fruto del boom si bien con equipamientos incompletos como eran los servicios de internet", recuerda Aguirre. En este contexto, cinco socios de Marbella crean una sociedad para comercializar internet utilizando la tecnología inalámbrica WiMAX.

drá la estructura y el personal convirtiendo a sus antiguos gestores en "directores de zona con plena autonomía".

A pesar de la operación con holaMOBI, el grupo mantendrá -a nivel de expansión- las dos marcas. Avatel se centrará en progresar a través del Levante y el corredor mediterráneo mientras holaFIBRA continuará su despliegue en pequeñas poblaciones del interior. Precisamente, esta última tiene previsto desembarcar en la periferia de Córdoba capital, Manacor (Mallorca) y Álora (Málaga).

La británica IMC adquiere Aninver para diversificar su negocio

J.A. Gómez. Málaga

La compañía británica IMC Worldwide acaba de hacerse con la malagueña Aninver, firma especializada en inteligencia de mercado y consultoría. La operación ha tenido un carácter integrador ya que ambas empresas operan alianzas público-privadas para impulsar proyectos en países emergentes.

IMC suma su trayectoria en África occidental y el Magreb además de gestionar sus plataformas de inteligencia de negocio *infrappworld.com* e *ippjournal.com*. También integrarán un equipo español que puede facilitarles la entrada en Latinoamérica, junto a su *know how* en turismo.

El director general de IMC Worldwide, Gavin English, declaró que "es una excelente noticia para el crecimiento de IMC y un importante hito en su diversificación". Por otro lado, les permite seguir "centrados en Europa y ganar proyectos pese al Brexit".

José de la Maza, cofundador de la empresa, seguirá al frente de la división española, que pasará a llamarse IMC Aninver, mientras su otro fundador, Álvaro de la Maza, ayudará en la transición. Aninver ha llevado a cabo proyectos en 17 países y ha trabajado con el Banco Africano de Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo, el Banco Mundial, y la filial hotelera de Ikea.

Grupo Cosentino refuerza su presencia en Asia con un nuevo "center" en Malasia

M.P.D. Almería

Grupo Cosentino, compañía global española líder en la producción y distribución de superficies innovadoras para el mundo de la arquitectura y el diseño, aumenta su penetración en el continente asiático con la apertura, el pasado viernes 12 de abril, de un nuevo Center ubicado en Kuala Lumpur.

Con esta instalación logística de servicio integral, la multinacional opera por primera vez con activos propios en el país malayo, puesto que hasta hace un tiempo su presencia se basaba en un showroom

asociado a un distribuidor local.

El nuevo Cosentino Center de Kuala Lumpur cuenta con una superficie total de 2.400m², de los cuales 600m² están destinados a zona de oficinas y *showroom* propio de Cosentino, 200m² son para zona expositiva en colaboración con otras firmas del sector, y 1.600 están dedi-

Cuenta con una superficie total de 2.400m², con una inversión total de 800.000 euros

cados a almacén. Ha supuesto una inversión total cercana a los 800.000 euros, incluyendo el primer estocaje, y la operativa del Center arranca con un equipo directo de casi 10 personas.

La presencia de Cosentino en este continente tiene su centro neurálgico en Singapur, donde en 2017 la multinacional abrió una importante infraestructura que combinaba las funciones de gran almacén logístico bajo el concepto de "Center", y la de sede central o headquarters de las operaciones de Cosentino para toda Asia.

Asimismo, Singapur también es la sede de uno de los primeros "City" o showroom abiertos por Cosentino en el mundo. Los activos propios de la compañía en la región se completan con un Operador Logístico ubicado en Japón.

Grupo Cosentino es una compañía global, española y de propiedad familiar, que produce y distribuye superficies innovadoras de alto valor para el mundo de la arquitectura y el diseño.

Como empresa líder, imagina y anticipa junto con sus clientes y socios, soluciones que proporcionan diseño, va-



Imagen general del nuevo 'center' de Cosentino en Kuala Lumpur.

lor e inspiran la vida de las personas. Este objetivo es posible gracias a marcas pioneras y líderes en sus respectivos segmentos tales como Silestone®, Dekton® o Sensa by Cosentino®, superficies innova-

doras que permiten crear ambientes y diseños únicos para el hogar y los espacios públicos. Cosentino distribuye sus productos y marcas en más de 110 países desde su sede central en Almería.