

# ANDALUCÍA

## HolaMobi entra en el segmento de empresas y apunta ya al exterior

**FACTURA UN 19% MÁS TRAS ADQUIRIR MOVILREDPUBLIC/** La cadena malagueña, especializada en servicios y venta de telefonía móvil, cuenta con 128 locales y su objetivo es abrir medio centenar durante 2016.

Juan Alberto Gómez. Málaga  
HolaMobi, cadena de franquicias especializada en servicios y venta de telefonía móvil, ha vuelto a crecer en 2015, impulsada por su despliegue en los territorios de Andalucía, Levante y Canarias. Pero, además, ha dado un importante paso para abrir el negocio a las empresas, pues hasta ahora estaba enfocada únicamente a clientes particulares.

Para María Salas, directora ejecutiva, se trata de “una línea de negocio interesante que no habíamos tocado”. Cada establecimiento dispone de un equipo de comerciales que realiza estudios de ahorro y consumo. “También aportamos terminales, telecomunicaciones y seguridad gracias a un acuerdo con Securitas Direct”, asegura.

En cuanto a su red, en la comunidad andaluza ha pasado de quince a veinte locales, mientras que en la valenciana los nueve abiertos le llevan a un total de quince. Por su parte, aumenta su presencia en Islas Canarias tras llegar a las siete franquicias.

En paralelo, la empresa ya está realizando estudios de mercados para iniciar la expansión internacional, proyecto que pretende iniciar entre 2016 y 2017.

En conjunto, el grupo ha crecido en 2015 un 34% hasta las 128 tiendas, una cifra lige-



María Salas, directora ejecutiva de HolaMobi. / J.A.G.

ramente inferior a los objetivos que el equipo directivo se había marcado al inicio del ejercicio. El repunte obtenido no sólo responde al crecimiento orgánico, sino a la compra de la red valenciana Movilredpublic hace un año.

En virtud a esta operación, la compañía malagueña incorporó una quincena de locales a su red. Con todo, hay que recordar que sigue operando de forma independiente bajo su antigua marca.

### Crecimiento

Este aumento de tamaño se ha trasladado a los ingresos, que repuntan un 19% en bue-

### Pretende dar el salto a los mercados internacionales a lo largo de este año o el próximo

### El 2015 ha logrado por primera vez aterrizar con sus tiendas en los centros comerciales

na medida por la llegada de Movilredpublic, que aportó dos millones a las cuentas del grupo. Así, la cadena pasa de los 9,4 millones de euros de 2014 a una facturación agregada de 11,6 millones.

Sus planes para aterrizar en los centros comerciales, como nuevo nicho de mercado, se han hecho realidad con la apertura de sendas tiendas en los complejos de Montigalà (Badalona) y L' Epicentre en el Puerto de Sagunto. De momento, constituyen dos proyectos “piloto”, afirma Salas.

Durante el año pasado el grupo malagueño se consolidó “aún más como líder” en el

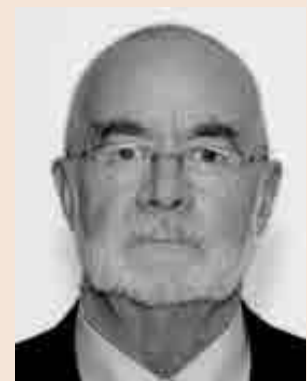
segmento de OMV, es decir, los operadores móviles virtuales. Si se incluye a los convencionales –HolaMobi también comercializa productos *low cost* de Orange y Vodafone– ocupa el tercer lugar del ranking, sólo por detrás de The Phone House y Telecor (del grupo El Corte Inglés).

Su estrategia para 2016 es seguir “apostando por el mercado nacional” con una previsión de cincuenta aperturas “e incrementar la facturación en un 15%”, afirma la directiva. De cumplirse dichos objetivos, la firma superaría los 13 millones de euros.

### Nuevos negocios

Una de las novedades para mejorar la financiación de sus tiendas ha sido el lanzamiento del producto ‘HolaMobi Deposit’. Gracias a él, los franquiciados obtienen un anticipo de 10.000 euros en género (terminales, *tablets* y accesorios) sin intereses ni aaves, que “se abonan siempre tras la venta”, precisa la directiva.

Como resultado ha cuadruplicado la comercialización de terminales en las tiendas. El objetivo de la compañía es “abrir nuevos locales y optimizar las ventas en los que ya existen”. Por último, Salas también destaca su herramienta web ‘cazatarifas’ que “igualmente hemos mejorado para hacerla más eficiente”.



José Luis Aya Abaurre.

## Fallece José Luis Aya Abaurre, figura clave en Abengoa

S.O.B. Sevilla

Abengoa comunicó ayer el fallecimiento de José Luis Aya Abaurre, miembro del consejo de administración desde 1983 y descendiente de uno de los cofundadores de la multinacional sevillana, nacida hace 75 años. Las causas de su muerte no han trascendido.

Al contrario que Felipe o Javier Benjumea –hijos de otro de los fundadores–, Aya Abaurre se ha mantenido siempre en un segundo plano en el día a día del grupo.

Su obsesión por permanecer alejado de los focos la trasladó también a su vida privada –apenas existen fotografías suyas en público– y a sus otros negocios, en su mayoría vinculados al campo y la agricultura. Un buen ejemplo de lo anterior es que en el currículum que ofrece la web de Abengoa sólo aparecen tres palabras: Ingeniero Técnico Agrícola.

### Accionista relevante

En cualquier caso, su influencia en la compañía ha sido enorme tanto por su papel de consejero como en otros puestos que ha desempeñado, entre ellos, la presidencia del comité de Nombramientos y Retribuciones.

A ello se añade, sobre todo, su peso como accionista destacado a través de Inayaba, empresa de la familia Aya Abaurre que él presidía y que posee un 15,2% de Inversión Corporativa (IC). En esta sociedad patrimonial, de la que el fallecido era vicepresidente, los fundadores y propietarios históricos de Abengoa agrupan su participación en el holding andaluz, que todavía se eleva por encima del 50%.

Abengoa trasladó ayer “a la familia y allegados su más sentido pésame”, agradeciendo sus “muchas aportaciones y dedicación” en estos años.

## Dcoop invierte 10 millones en su filial de aceitunas Acyco

J.A.G. Málaga

El grupo cooperativo agroalimentario Dcoop va a ampliar a lo largo de este año su capacidad de envasado de aceituna en su filial Acyco, ubicada en Dos Hermanas (Sevilla), con una inversión de diez millones para ampliar estas instalaciones industriales, en las que trabajan unas 120 personas. La compañía dirigida por Antonio Luque adquirió esta sociedad en 2011 a Deóleo, valorándose en aquel momento en 13 millones de euros.

Dcoop informó ayer de que en esta intervención, que potenciará todo el complejo industrial de aderezo que la empresa tiene en el citado muni-

### El grupo malagueño ampliará este año su capacidad de envasado en Dos Hermanas

cipio, se realizarán obras para instalar la maquinaria de envasado de artículos flexibles, complementadas con un incremento de capacidad de deshuesado, envasado, automatización y mejora de la eficiencia.

El objetivo a medio plazo es llegar a atender las demandas del mercado para 20.000 toneladas con bolsas de plástico y aluminio, que cada vez está más implantadas en el merca-



Interior de la fábrica de aceitunas Acyco, en Dos Hermanas.

do de la aceituna de mesa. Dcoop tiene previsto operar con las variedades manzanilla y hojiblanca.

En la actualidad, el grupo comercializa 70.000 toneladas, lo que supone una facturación de 95,15 millones de

euros para la sección, de los que 73,92 millones corresponden a exportaciones.

Gracias a estos números, la compañía con sede en Antequera se ha situado como el “mayor productor mundial” de aceituna de aderezo, con 24 cooperativas asociadas y más de 70.000 toneladas de cupo. Un liderazgo global que también mantiene en la producción de aceite de oliva virgen extra.

Además de estas actividades, está presente en el sector ganadero, vinícola, de cereales y salsas. El pasado año cerró con una facturación agregada superior a los 900 millones de euros.