



## El 'boom' Llanera

EL TEMPS

**E**l Campionat Autonòmic de Creuers del País Valencià mai més no tornarà a dir-se així. A partir de l'any que ve, el seu nom serà Trofeu Llanera. Una mutació molt semblant a la que va patir l'equip de bàsquet de Menorca, que va afegir l'apèndix de Llanera al seu nom fa nou mesos. El mateix Llanera que llueix en la seua camiseta l'equip anglès Charlton Athletic. O el mateix Llanera i el mateix logotip d'uns recipients per endur-se els xurros en alguns dels punts de venda d'aquestes falles. I encara hi ha més "llaneres" dispersos, en especial a la ciutat de València i la comarca de la Costera.

Però, què és Llanera? A més de ser un dels noms més repetits en el mobiliari urbà de València, Llanera és l'aixopluc d'un grup empresarial que en poc més de cinc anys s'ha convertit en un fenomen dins del sector de la construcció del País Valencià, gràcies a uns bons resultats empresarials, l'aposta per la diversificació del negoci i el mecenatge de tot tipus d'activitats, en especial les relacionades amb els esports. El salt quantitatiu de l'empresa és patent a les xifres: entre 2000 i 2006, la facturació de Llanera ha passat de 5,3 a 450 milions d'euros. La mateixa línia ascendent han tingut els beneficis, que han passat d'1,4 milions en el 2002 a 11,3 en el 2005. L'empresa disposa, ara per ara, d'una cartera de sòl de 7 milions de metres quadrats construïbles, valo-

El Grup Llanera s'ha situat en el cim del sector immobiliari del País Valencià en poc més de cinc anys. Els bons resultats empresarials i l'aposta per la diversificació i el màrqueting social l'han convertida en una de les empreses de moda.

rats en 700 milions d'euros segons la consultoria immobiliària Richard Ellis, la qual cosa la converteix en un dels grups més ben posicionats del mercat.

**De les reformes a les grans obres.** L'artífex del fenomen Llanera és un jove de només trenta-un anys, Fernando Gallego, nascut a Llanera de Ranes (Costera), topònim del qual pren el nom la mercantil. L'origen de l'empresa, però, cal anar a buscar-lo en el seu pare, un dels milers de valencians que va emigrar a Suïssa en la dècada dels anys seixanta. Al seu retorn a Xàtiva, va fundar una empresa de reformes i petites obres que donà pas a la posterior fundació de Construcciones Llanera, SL, una mercantil que va anar adquirint una certa envergadura en els anys següents.

El gran salt, però, arribà amb el relleu generacional. Un procés que en altres empreses sol ser traumàtic i no exempt

de problemes va significar en el cas de Llanera l'impuls definitiu cap a la professionalització d'una empresa que fins a aquell moment havia centrat la seua activitat a la comarca de la Costera. Fernando Gallego fill havia estudiat Empresarials i havia completat els seus estudis amb un màster en urbanisme. Era l'any 1995. Només un any abans, s'havia aprovat la polèmica llei reguladora de l'activitat urbanística (LRAU). Gallego va prendre bona nota de les possibilitats que obria aquesta legislació i es va decidir a aplicar-les aprofitant la plataforma de Construcciones Llanera, SL.

A partir de la segona meitat de la dècada dels noranta, l'empresa es professionalitzà. Una de les primeres decisions de Gallego, una volta ja havia pres les regnes de l'empresa del seu pare, va ser vendre les pedreres i destinar tots els seus diners a comprar sòl a Xàtiva, Alcossebre i Dénia, tot just aprofri-

tant la fórmula de la LRAU que permetia comprar terrenys qualificats de rústics per convertir-los posteriorment a sòl urbanitzable, amb la revalorització consegüent. Paral·lelament, es va constituir un consell d'administració format per membres de la família i consellers externs, com Emilio Ferrando, Luis Hernández de Córdoba i José Luis Suárez, catedràtic de l'àrea immobiliària de l'escola de negocis IESE. Llanera té previst incorporar un quart conseller independent, Luis Huete, qui treballa com a assessor de l'empresa des de fa deu mesos. A Huete, autor del llibre *Construye tus sueños. Estrategias para el progreso profesional y personal. Sin cuentos* (Lid Editorial Empresarial), se li atribueix el canvi organitzatiu que ha desenvolupat Llanera.

Dit i fet, els Gallego van començar a fonamentar amb la creació del consell d'administració el que, al remat, havia de convertir-se en una de les principals empreses del sector de la construcció en territori valencià. L'any 2004, el grup va dur endavant una reordenació societària que el convertí en aixopluc de totes les línies de negoci de la família Gallego. Dins del grup, s'engloben dues unitats de negoci completament enfocades al segment de serveis de construcció (Llanera Construcciones, per una banda, i Obras y Proyectos, SL, per l'altra) i de desenvolupament immobiliari (Llanera Urbanisme e Inmobiliaria, SL). Aquesta estructura ha per-

### Actuacions de Llanera

- Catarroja: 11.876 habitatges
- Vilamarxant: 4.107 habitatges
- Riba-roja: 4.650 habitatges
- Cieza (Múrcia): 3.000 habitatges
- Xàtiva: 500 habitatges
- Dénia: aparthotel de 98 apartaments
- Peníscola: 1.951 habitatges
- València: construcció de l'església d'Escrivá de Balaguer
- Xàtiva: Avanza, parc empresarial de 13.500 m<sup>2</sup>
- Llanera de Ranes: comercialització de 23 naus industrials
- Alboraià: construcció d'una residència de la tercera edat

mès al Grup Llanera, al contrari d'altres empreses del sector, controlar la cadena de valor del cicle immobiliari: compra i gestió del sòl, definició del projecte, comercialització i postvenda.

**Cases amb tot inclòs.** Llanera ha aconseguit, a més, incorporar altres empreses a aquesta cadena i recentment ha tancat acords amb el fabricant de mobles i il·luminació Mario Mariner, Porcelanosa i la tèxtil Colortex perquè decoren els seus habitatges. La mercantil ha anat fins i tot una mica més enllà i s'ha afegit al selecte grup

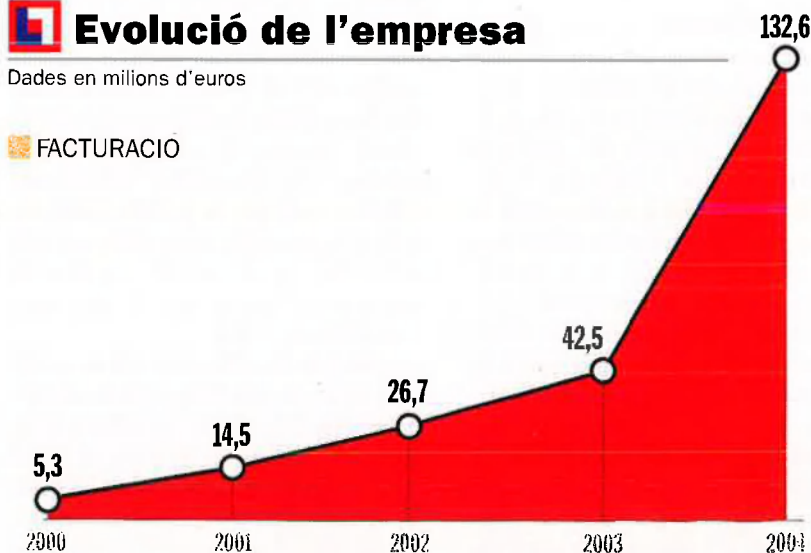
d'empreses que ha incorporat a la seua cadena de valor el *home service*, serveis de valor afegit que es presten als compradors de segona residència, especialment a la costa. L'estratègia del tot inclòs permetrà, segons l'empresa, posicionar-se davant les perspectives de futur que auguren una saturació de l'oferta i una estabilització de la demanda, a més de diferenciar-se de la resta de competidors. Les urbanitzacions de Dénia i Alcossebre seran les primeres que comptaran amb aquest servei, per a la prestació del qual Llanera ha contractat els serveis del grup hotelier mallorquí IBB. "Quan compres un Porche -explica Carlos Carbonell, delegat al País Valencià de l'assessoria Ernst&Young-, esperes un determinat tracte en el concessionari, un servei postvenda. El mateix passa en el sector immobiliari: no pots vendre un pis i després oblidar-te'n."

Amb tot això, Llanera s'ha convertit en una de les empreses amb més pes dins del sector. A les urbanitzacions de Dénia (on ha invertit 4,2 milions d'euros en la compra de sòl) i d'Alcossebre, cal afegir altres actuacions de grans dimensions. Dins de l'oferta residencial, Llanera també té interessos a Oriola, Vilamarxant o Riba-roja. La constructora acaba de vendre 3.800 habitatges a Caravaca de Cruz (Múrcia), destinades al mercat anglès. La major part d'aquests projectes aniran acompanyats d'un camp de golf. De fet, a llarg termini, Llanera projecta construir entre

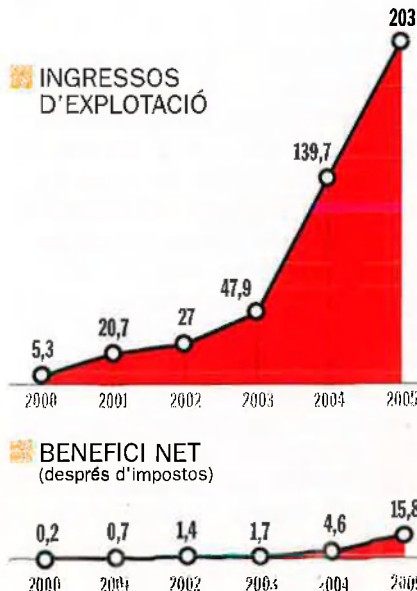
### Evució de l'empresa

Dades en milions d'euros

#### FACTURACIO



Font: Llanera





**De dalt a baix i d'esquerra a dreta, Fernando Gallego, artífex del Grupo Llanera. Una jove repartint fulletons promocionals. Il·luminació de la falla Na Jordana. Dos dels músics de la Llanera Philharmonic Orchestra. El Valencia CF abans d'un partit. José Ramón Gallego en la signatura de l'acord per patrocinar el Campionat Autonòmic de creuers. Polígon industrial Avanza. Patrocini de l'equip anglès Charlton Athletic.**

30 i 35 complexos de golf al llarg de la costa mediterrània, des de l'Algarve fins al País Valencià. L'empresa té els ulls posats en el mercat estranger per copar la seua oferta, i el seu objectiu és convertir-se en la primera marca promotora del client europeu, per la qual cosa manté obertes oficines a França, Irlanda, Alemanya, els Estats Units i Anglaterra. Aquest mateix any, Llanera ha començat a patrocinar la samarreta de l'equip de futbol anglès Charlton Athletic, amb l'objectiu de donar-se a conèixer davant els clients de l'illa. La seua estratègia de comercialització passa, a més, per "col·locar" els seus habitatges a les grans superfícies, amb l'objectiu d'arribar a un client de clas-



## Llanera referma la seua omnipresència

Llanera ha volgut jugar la basa del màrqueting i l'ha guanyada. En poc més de dos anys, la seua marca i el logotip s'han fet habituals fins al punt que és difícil no haver-ne sentit parlar. La seua estratègia ha passat pel patrocini de tota mena d'activitats, en especial les esportives. Llanera patrocina la saltadora Concha Montaner i l'ACB Menorca Llanera. Les samarretes dels jugadors del Charlton Athletic porten aquest nom, i el mateix podria passar en els pròxims quatre anys amb la samarreta del València CF, ja que la constructora s'ha ofert com a patrocinador d'aquest equip. De moment, Llanera ja ha fitxat el valencià i valencianista David Albelda per promocionar un dels complexos residencials de l'empresa. El món de la vela tampoc no ha estat exempt d'engrossir el boom: el Trofeu de Creuers Llanera és una realitat a partir d'aquesta edició.

"La nostra és una estratègia de marca -explica Jose Luis Pastor, director de màrqueting-, volem posicionar-nos com una empresa molt coneguda, perquè això genera confiança." Segons Pastor, Llanera ja ha superat la primera fase de la seua estratègia de patrocini, que passava per patrocinar activitats eminentment esportives per centrar-se en activitats de tipus social i cultural. En aquesta línia, recentment es va presentar la Llanera Philharmonic Orchestra, formada



PARA CU

institució-. Els cartells rojos amb publicitat de Llanera reben tothom qui arriba fins a aquesta població de la Costera. Enguany, Llanera protagonitzava el llibret d'una de les falles més importants de la localitat, la de República Argentina. El llibret, una fotonovel·la en to satíric, es titulava *Lendas gallegas* (en referència al cognom). En tot cas, no tots semblen estar contents de l'estratègia per patrimonialitzar l'activitat de la ciutat. "Només falta -explica un veí- posar un cartell que, en entrar a la ciutat, diga: "Welcome to Llanera City".

per 54 músics en via de professionalitzar-se. La presència de la firma constructora també és evident a les falles. Encara que de moment no ha apadrinat cap monument, sí que patrocina la falla Na Jordana, una de les més importants de la festa. La seua omnipresència arriba fins al punt que l'any passat van repartir gratuïtament, en els estands de xurros, envasos -semblants als utilitzats per a les crispetes en el cinema- amb el logotip de Llanera.

De Llanera són també els banderols que reben els visitants a l'estació del Nord de València, encara que la sensació d'omnipresència que genera no arriba, ni de bon tros, a la que fa en arribar a Xàtiva -origen de l'èxit de l'empresa i ciutat on, segons sembla, s'ha convertit en una

se mitjana. El Corte Inglés, Carrefour i Wal-Mart són les seues plataformes per assolir aquest objectiu.

En el segment de primers habitatges, l'actuació més coneguda ha estat a Catarroja, on ha promogut, juntament amb la societat pública Institut Valencià de la Vivenda (IVVSA), el pla d'actuació integral (PAI) Nou Mil·lenni, que preveu la construcció de 12.000 habitatges i una inversió aproximada de 2.000 milions d'euros. La comarca de la Costera, i en especial Xàtiva, s'han convertit en una zona d'actuació preferencial i en un trampolí per saltar al mercat autonòmic.

**Un somni que ja no ho és.** En una fase més tardana, el grup Llanera ha començat també a diversificar el negoci i ha emprès actuacions que van des de parcs empresarials fins a l'enderrocament i posterior reconstrucció de la

plaça de Bous de Xàtiva, passant per la construcció de l'església de Sant Josepmaria Escrivá de Balaguer a València. De fet, l'objectiu de Llanera és diversificar el negoci i convertir-se en un referent nacional per al sector de la construcció, però també de les concessions i els serveis. El grup espera que l'immobiliari només supose el 25% del seu negoci i que serveis, construcció o concessions representen cadascun un altre 25% de la seua facturació. El primer pas que ha fet Llanera en aquesta línia ha estat la incorporació de 60 ex-directius de Dragados que hauran d'impulsar la transformació de la firma valenciana.

De fet, els Gallego ja s'han posicionat. En primer lloc, lideren una de les cinc propostes per construir el nou estadi del València CF, un projecte valorat en 305 per al qual Llanera manté una immillorable posició d'eixida, no

només per ser l'única firma valenciana candidata sinó també perquè manté llaços de patrocini amb l'equip valencià. Fora ja del món de la pilota, el grup Llanera és candidat a la construcció de la línia 2 del Metro de València en consorci amb FCC i Lubasa, un contracte valorat en 42 milions d'euros, a més s'ha aliat amb Acciona per edificar l'hospital de Vinaròs, i amb OHL per fer l'Auditori de Torrent. Amb aquesta última empresa va anar també de la mà en el concurs per construir l'Àgora de la Ciutat de les Arts i les Ciències, una concessió que, finalment, no se'ls va adjudicar. Una petita ensopogada per a una empresa que fa cinc anys no tenia consell d'administració i que la setmana passada va presentar els resultats de l'empresa el 2005 en un conegut hotel de Madrid.

*Violeta Tena*