



RAFA GIL

L'EMPRESA DE LA VILA JOIOSA INICIA LA SEUA EXPANSIÓ INTERNACIONAL

Valor: xocolate de poble

Amb una facturació de 2.500 milions de pessetes i una previsió de producció diària de 30.000 quilos per al 1990, Chocolates Valor, empresa fundada el 1881, competeix directament amb Nestlé i Suchard.

Francesc Manel Anton

La factoria que Chocolates Valor té Lavui a la partida Xovaes de la Vila Joiosa no té res a veure amb l'elaboració artesanal i la venda porta a porta que l'avi Valor feia al finals del segle passat per tot el poble. Ara, l'automatització del procés productiu és total i la xarxa de distribuïdors i representants s'estén per tot l'estat, amb una plantilla de cent empleats i una flota de vint-i-cinc camions.

La història de Valor és la d'una constant evolució. Pere López Mayor, director general de l'empresa, recorda que va ser el 1968 quan, aprofitant els plans de reestructuració del sector que va posar en marxa el Ministeri d'Indústria, es realitzaren fortes inversions per a ampliar i renovar totes les estructures de producció. També va ser aleshores quan, per primera vegada, es definiren uns objectius comercials i una política de productes basada en la qualitat. «Vam prendre la decisió de fer el millor xocolate i vendre'l a un preu just, supeditant la productivitat a criteris de qualitat i no de quantitat».

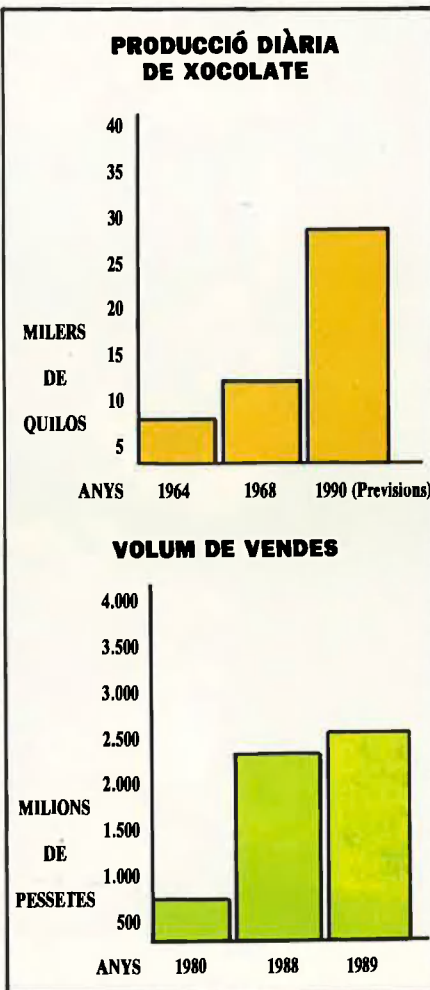
Amb aquesta filosofia, Valor inicia l'expansió pel mercat nacional i assoleix la xifra de deu mil quilos de xocolate per dia.

En l'actualitat, Valor té al mercat un extens assortit de productes, entre els quals figuren tota la gamma de xocolates, extrafins, purs i Internacional (producte llançat al mercat l'any 1986 amb fórmules i sabors al gust europeu), el xocolate especial a la tassa, els torrons nadalencs de xocolate, els cacaos en pols i les cobertures de xocolate per a pastissers, bomboners i gelaters.

El cacau emprat per a la fabricació de tots els productes Valor és, en la seua totalitat, d'importació, i bàsicament prové de Brasil, Colòmbia, Costa d'Ivori, Nigèria i Ghana. Les compres s'efectuen mitjançant el sistema de contracte a futurs i segons els preus que regeixen a la borsa de Londres, que en l'actualitat se situen al voltant de les 250 o 300 pessetes per quilo.

El seu mercat principal és, lògicament, el País Valencià, on són líders absoluts del sector. Després, i per volums de vendes, el País Basc i en general tot el nord són mercats consolidats per al seu producte. A la resta de l'estat, també són la primera marca espanyola, però s'han de situar per darrere de dues grans multinacionals del sector com són Nestlé i Suchard.

Després de 108 anys fent xocolates, els



germans López Mayor han decidit emprendre l'expansió pels mercats internacionals que, a hores d'ara, són insignificants.

Per a la tardor d'aquest any tenen previst iniciar la renovació total de la maquinària, cosa que els permetrà millorar l'automatització dels processos de producció. Aquesta renovació tècnica requerirà una inversió de més de 500 milions de pessetes.

Amb la instal·lació de la nova maquinària els directius de Valor esperen augmentar la producció fins als 30.000 quilos diaris i, així, poder diversificar l'oferta situant nous productes en el mercat.

Un altre dels projectes que pensen mamprendre aviat és l'expansió de la seua xarxa de xocolateries-xurreries. Aquests establiments —a la Vila Joiosa i Benidorm ja funcionen— formen part d'un pla de franquícia per a establiments d'aquest tipus sota la marca Valor. La xarxa seguirà el seu procés d'expansió amb l'obertura de nous establiments a Alacant, a València i, més endavant, a Madrid i Barcelona. A les xocolateries-xurreries se'ls vol afegir una secció de gelateria que faran en col·laboració amb una coneguda marca nacional de gelats.