

ANESDOR

Salón de la moto en Madrid

■ La Asociación Nacional de Empresas del Sector de Dos Ruedas (Anesdor) e Ifema firmaron ayer un acuerdo para organizar la Gran Semana de la Moto de Madrid-Madrid Más Moto, que se celebrará del 25 al 29 de abril del año próximo. Madrid celebró su último salón de la moto en el año 2000.

NATRACEUTICAL

La empresa invertirá 20 millones para seguir creciendo

■ La compañía biotecnológica Natraceutical prevé un crecimiento orgánico de manera inmediata y una inversión de 20 millones de euros en pequeñas adquisiciones a medio plazo, anunció ayer su presidente, Xavier Adserá. El objetivo de estas compras en el sur de Europa sería crear redes de distribución para su nueva marca *Forté Pharma*. Este dinero procede del excedente de la renegociación de un crédito sindicado de 40 millones, que se ha ampliado en otros 40 millones. De éstos, 20 millones irán a afrontar la ampliación de capital por 61,6 millones para financiar la compra de *Forté Pharma*, y los otros 20 millones, a futuras inversiones. Tras la ampliación, Natraceutical tendrá un endeudamiento financiero de 78 millones.

CLAS

Nueva línea para la hostelería

■ Central Lechera Asturiana ha creado una nueva línea de productos orientados a la hostelería. El objetivo es alcanzar una cuota en este mercado del 15% en cinco años. El mercado de alimentación y bebidas para la hostelería representa el 40% de las ventas del sector. El responsable de esta división será Javier Segarra.

GENERAL MOTORS

La planta de Zaragoza alcanzará en 2007 la máxima producción

■ La planta General Motors (GM) en Figueruelas (Zaragoza) recuperará su máxima capacidad de producción a partir de marzo de 2007, con la fabricación de más de 2.000 coches diarios tras el inicio del montaje de la furgoneta pequeña Opel *Combo*, que se unirá al monovolumen *Meriva* y el utilitario *Corsa*. La fábrica recuperará el cien por cien del turno de noche y contratará 300 nuevos trabajadores, lo que elevará la plantilla a 8.000 empleados. El anuncio fue realizado por el vicepresidente de GM Europa responsable de Manufacturas, Eric Stevens, y el director ejecutivo de Manufacturas, Gerald Johnson. La planta podría batir su récord de producción con 460.000 unidades.

La familia Moreno apuesta por un crecimiento orgánico ordenado.

Mallorca llevará sus recetas fuera de Madrid

Escribe I. Elizalde

El 31 de octubre de 1931, abrió sus puertas la primera tienda Mallorca, en la calle Bravo Murillo de Madrid, con el lema *Ensamadas calientes a todas horas*. El promotor de la iniciativa fue Bernardino Moreno, gracias a un golpe de suerte: un premio de lotería de Navidad. Setenta y cinco años después, Mallorca es un grupo empresarial que factura 65 millones de euros y que gestiona en Madrid once tiendas Mallorca, seis establecimientos Sándwich Café, Mallorca Difusión (especializada en catering) y cuatro restaurantes. Además, tiene la concesión para la explotación del Castillo de Viñuelas, cuyas instalaciones está ampliando. Con este punto de partida, el objetivo del grupo, controlado al cien por cien por la tercera generación de la familia Moreno y al que empieza a incorporarse la cuarta, es prose-



La primera tienda de Mallorca en Madrid.

guir con el crecimiento orgánico ordenado. "No nos hemos planteado ni comprar ni vender nada y queremos mantenernos como una empresa familiar", reconoce María del Carmen Moreno, directora de Marketing de Mallorca. Esta filosofía no es incompatible con el crecimiento a través de la reinversión de los beneficios. Su proyecto más importante en la actualidad es la construcción de una nueva fábrica en Vicálvaro (Madrid), con una inversión de 12 millones, que entrará en funcionamiento a mediados de 2008 y que permitirá -según Moreno- "seguir creciendo, porque ahora no tenemos más capacidad de producción". La elaboración propia es el sello de identidad de la empresa, pues así son el 90% de los productos que comercializa. Gracias a esta nueva instalación, la empresa piensa a medio plazo en salir fuera de Madrid, su mercado tradicional. A través de su división de catering, Mallorca ya opera en otras comunidades. Dentro de esta línea, la empresa también está presente en centros empresariales, como el Distrito C de Telefónica. Este año, el grupo prevé aumentar un 10% la facturación.

SUSTITUYE AL FUNDADOR, SANTIAGO PALACIO

Sixto Jiménez entra en la cocina de Tutti Pasta

La compañía navarra también ha incorporado a su consejo a un representante de la entidad pública Sodena.

EXPANSIÓN. Madrid

Tutti Pasta, empresa líder en la producción de platos de pasta fresca de alta gama en España, acaba de renovar su consejo de administración, tras una reunión de la junta de accionistas que ha hecho balance de la marcha de la compañía navarra, que en 2007 cumplirá veinte años y que se encuentra en fase de expansión nacional e internacional.

La compañía ha nombrado a Sixto Jiménez nuevo presidente de la sociedad, en sustitución del fundador, Santiago Palacio, que se retira tras haber guiado el proyecto durante 19 años. Palacio continúa siendo el principal accionista de la empresa.

Consejero delegado de la compañía de evoluturas alimentarias Viscofán durante dos décadas, Sixto Jiménez ha tenido puestos de responsabilidad en diferentes compañías, además de desarrollar su propio proyecto empresarial con Interlomas Siglo XXI.

Otra novedad es la incorporación al consejo José Ramón Cos Sánchez, en representación de la Sociedad de Desarrollo de Navarra (Sodena), que en 2004 entró a formar parte del accionariado de Tutti Pasta. En la actualidad, tiene un 15% de la empresa.

Desde 2005, Tutti Pasta dispone de una fábrica de 6.500 metros cuadrados en la localidad navarra de Esquíroz, que ha permitido cuadruplicar su capacidad productiva, hasta 4.100 toneladas anuales, tras una inversión de seis millones de euros. Actualmente, Tutti Pasta produce cinco mil raciones horarias de platos de pasta fresca ultracongelada, nutricionalmente equilibrados, sin colorantes, ni conservantes.

La empresa, que emplea a



Productos de Tutti Pasta, en la imagen.

Cambios en el líder de la pasta

- Santiago Palacio, fundador de Tutti Pasta, se retira tras haber guiado la compañía durante diecinueve años, aunque seguirá siendo su máximo accionista.
- Su sustituto en la presidencia será Sixto Jiménez, consejero delegado de Viscofán durante dos décadas.
- El consejo de la compañía ha dado entrada a José Ramón Cos Sánchez, en representación de la Sociedad de Desarrollo de Navarra (Sodena), que entró en su accionariado en 2004 y actualmente controla el 15% de la firma.
- La compañía tiene previsto vender 5 millones de platos de pasta en este ejercicio. Su fábrica de Esquíroz ha permitido cuadruplicar su capacidad de producción.

48 personas, tiene previsto vender en este ejercicio 5 millones de platos de pasta y gestiona 425.000 kilogramos (kg.) de sémola de trigo duro, 70.000 kg. de carne de ternera y 50.000 kilos de carne de cerdo. Su producción anual alcanza los 125.000 kilómetros de *spaghetti*, una cantidad equivalente a dar tres veces la vuelta al mundo. En la actualidad, la marca Tutti

Pasta, destinada al canal profesional, supone el 80% de la producción; mientras que Ricci Pasta -para el consumidor final- completa el restante 20%. Dentro de este último segmento, la empresa ha lanzado una línea de pasta con un aire lúdico, *Picolísimo*, destinada a los más jóvenes y presentada en envases con diseño exclusivo de Kukuxumusu.

EN CÁDIZ

Eastman negocia la venta de su única fábrica española

SIMÓN ONRUBIA. Sevilla

La multinacional química estadounidense Eastman Chemical quiere poner fin a su aventura española, iniciada en 1997 con la puesta en marcha en San Roque (Cádiz) de una fábrica de PET y ampliada tres años después con la construcción de una planta de Chdm -un monómero utilizado como materia prima del PET y plásticos especiales-. En total, la antigua filial de Kodak ha invertido más de 166 millones de euros.

Sin embargo, las previsiones de la compañía no se han cumplido y se le han acumulado las pérdidas desde 2004. Por ello, la dirección de la empresa en España ha mantenido en las dos últimas semanas conversaciones con posibles compradores. Paralelamente, la firma ha iniciado un proceso de reestructuración que, tal y como adelantó ayer EXPANSIÓN, contempla el cese de la actividad productiva de la unidad de Chdm y la reducción de la plantilla en un tercio, eliminando 47 de los 147 empleos.

La portavoz de la multinacional en España, Maribel Gutiérrez, confirmó la existencia de conversaciones, pero precisó que es un proceso independiente de los planes de reestructuración.

Gutiérrez no concretó las pérdidas que acumula la compañía -se limitó a calificarlas como "muy importantes"- y aseguró que los problemas se deben a que el Chdm no tiene clientes en Europa, pues ha sido sustituido por nuevos productos.