

ANDALUCÍA

Maeva invierte un millón en la planta de México para abastecer a EEUU

FACTURA 150 MILLONES EN 2015 TRAS CRECER UN 20%/ La aceitera granadina, enfocada a la comercialización de virgen y virgen extra embotellado para marca blanca, exporta el 70% de su producción.

Lidia Velasco. Granada

Maeva se afianza como una de las principales exportadoras de aceite de oliva virgen y virgen extra embotellado de España, aunque fundamentalmente con marca del distribuidor. Uno de sus mercados más prometedores es Estados Unidos, tercer consumidor mundial de *oro líquido*, cuyo crecimiento afrontará desde México.

El grupo familiar granadino está ampliando la planta mexicana, la única que tiene fuera del país, para acercarse a una producción de 10.000 toneladas al año. Una cantidad considerable teniendo en cuenta que en total comercializó 50.000 toneladas en 2015. La inversión en las nuevas instalaciones rondará el millón de euros.

Es la única empresa española del sector con industria propia en el país norteamericano. Concretamente, el centro se ubica en la ciudad de Monterrey.

Luis Torres-Morente, director de Maeva y nieto del fundador, señala que desde allí abarcan tanto el mercado local como el de EEUU, dado que está a 400 kilómetros de la frontera tejana y disponen “de acuerdos de libre comercio y unos enganches de transporte excelentes”.

La fábrica mexicana también está enfocada a suministrar aceite virgen y virgen extra envasado para las grandes



Juan Francisco Torres junto a sus hijos Amalia y Luis Torres-Morente, propietarios de Maeva.

La factoría mexicana, ubicada en Monterrey, envasará 10.000 toneladas

cadena de distribución, incluyendo la gama de aerosoles.

Torres-Morente destaca que el aceite en spray lo lanzaron por primera vez hace diez años, siendo pioneros en el sector, si bien se ha ido sofisticando al sustituir el gas por aire comprimido. “Sigue siendo un producto novedoso, que en su mayor parte comercializamos con marca blanca, aunque también se pueden encontrar en algunos establecimientos con la enseña Mae-

va”. Hoy en día es la línea de negocio que más está creciendo, a un ritmo del 25% anual.

Líder en China

Junto a Europa –que aporta el 40% de las ventas–, México y Estados Unidos, que suman el 20%, su otro gran cliente exterior es China. En 2014 fue la primera exportadora de aceite de oliva virgen extra al gigante amarillo, con casi 11 millones de euros, según datos de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada española en Pekín.

El pasado ejercicio un 35% de sus ventas procedió de Asia. Aquí, la mitad de los ingresos procede de la marca Maeva y otras locales creadas ad hoc, por el menor peso de

En 2016 prevé mantener la cifra de negocio, debido a una mayor recolección prevista

las cadenas. El grupo granadino cuenta, además, con un proyecto para construir una planta embotelladora en Shanghái, que debía tener operativa antes de que finalizara 2015, pero ahora mismo está en “stand by por problemas burocráticos”, indica Torres-Morente.

Lo que sí está encarrilado es la oficina en Emiratos Árabes, ya constituida y que está en proceso de reunir un equipo comercial. “No es un mer-

Geo.band logra el apoyo de 66 inversores a través de Crowdcube

Expansión. Málaga

La *start up* malagueña Geo.band ha logrado 112.000 euros a través de Crowdcube, una de las mayores plataformas europeas de *crowdequity*, para la puesta en marcha de un localizador de personas, mascotas y objetos vía satélite que permite conocer en tiempo real su lugar exacto. En total, han sido 66 los inversores privados que han confiado en la iniciativa.

Desde la empresa subrayan que, a diferencia de otros dispositivos, su producto puede adquirirse por menos de 100 euros y, “además de su accesibilidad, es transformable y se puede convertir en reloj, llavero o colgante”.

Geo.band estará disponible en marzo de 2016 y cuenta ya con acuerdos para su distribución en diversas naciones de América Latina, Europa y Asia. “Hasta la fecha –señalan– un centenar de clientes ha realizado su reserva a través de la web, antes incluso de que contáramos con el *stock*”. La firma ha recibido el apoyo de la Fundación Europea por las Personas Desaparecidas QSD Global, presidida por el periodista Paco Lobatón.

Desde 2014, Crowdcube ha canalizado cerca de tres millones de euros para veinte empresas en España.

El IAT presenta un ERE para 18 trabajadores

Expansión. Sevilla

El director general del Instituto Andaluz de Tecnología (IAT), Miguel Ángel Luque, anunció ayer que, tras 27 años en funcionamiento, se ha llevado a cabo un ERE para 18 trabajadores, dentro de “un ejercicio de responsabilidad” y con vistas a reincorporarlos en un margen de tres años.

Según explicó, la crisis a IAT ha llegado “más tarde” porque se realizan proyectos a largo plazo y hubo retrasos en los de financiación pública, aunque confía en que estos últimos se reactiven durante 2016. Tras el expediente, la plantilla ha quedado reducida a 117 empleados.

El Metro de Granada arrancará en 2016 con un déficit de un millón de euros anuales

Expansión. Granada

El consejero de Fomento y Vivienda, Felipe López, anunció ayer que la Junta prevé poner en marcha el Metro de Granada en el último cuatrimestre de 2016 y que el modelo de gestión será directo por la Agencia de Obra Pública. Sus estimaciones reflejan que el déficit de explotación ascenderá a un millón de euros al año, lo cual calificó como una “cifra mínima”.

En este sentido, durante su

intervención en comisión parlamentaria defendió que esta fórmula “evita tener que pagar impuestos como el de Sociedades”. López no descartó la colaboración público-privada, si bien reconoció que no es “devoto” de la misma,

Con 15,9 kilómetros de trazado, se prevén once millones de pasajeros durante el primer año

“porque tiene costes y sobrecostes asociados”.

La previsión de pasajeros para el primer año de funcionamiento es de once millones, alcanzando los trece dos ejercicios después. Se generarán doscientos puestos de trabajo de forma directa e indirecta y la tarifa del billete será de 0,89 euros, aunque oscilará dependiendo de si es título ocasional o recurrente.

Por su lado, la oposición criticó con dureza que las

obras se iniciaron hace nueve años para un total de 15,9 kilómetros y que el presupuesto se ha más que duplicado, pasando de los 276 millones de euros iniciales a 558 millones.

Sobre este asunto, el titular de Fomento argumentó que “cuando se trata de una obra subterránea en una ciudad viva, es imposible prever lo que te vas a encontrar y puede haber sobrecostes y también retrasos; eso ha ocurrido en todas las grandes infraestructu-



Felipe López, consejero de Fomento

ras de este tipo, especialmente en un territorio como Andalucía, con gran superposición de estratos culturales”.