

# En línea

## NISSAN

Signen vuelve a ganar las elecciones

Signen-Usoc ha vuelto a ganar las elecciones en los centros de trabajo de Nissan en España, con 33 delegados. CC.OO. se ha consolidado como segunda fuerza, con 31, frente a los 23 de UGT, 4 de CGT y 2 de LAB. CC.OO. ganó en la planta de Zona Franca, el principal centro de trabajo de la empresa.

## REPSOL YPF

Primera empresa del Ibex 35 que lanza un portal en catalán, euskera y gallego

Repsol YPF ha estrenado un nuevo portal en internet que incorpora, además del castellano, el catalán, el euskera y el gallego. Repsolypf.com es el primer portal de una empresa del Ibex 35 que ofrece a sus visitantes la posibilidad de acceder a sus contenidos en dichas lenguas. El nuevo portal apuesta también por un nuevo diseño, una mayor seguridad y una mejora en la accesibilidad que facilitará la navegación para personas discapacitadas. Con la creación de este nuevo portal, el director general de comunicación y del gabinete de presidencia de Repsol YPF, Jaume Giró, explicó ayer en Barcelona que la compañía petrolera pretende "lograr un portal más accesible para todos". - Redacción



Jaume Giró

## NÚÑEZ I NAVARRO

Compra de la sede barcelonesa Bayer

La inmobiliaria Núñez i Navarro ha adquirido por 100 millones de euros la sede barcelonesa de la multinacional química-farmacéutica Bayer. Se trata de dos edificios colindantes situados en la calle Còrsega y la calle Pau Claris. Bayer prepara su traslado a Sant Joan Despí. - Redacción

## GRUPO TORCA

Adquisición de suelo en Polonia

El grupo constructor Torca ha invertido 350 millones de euros en la compra de terreno y ya dispone de 700.000 m<sup>2</sup> de techo edificable en las principales ciudades del país: Varsovia, Cracovia, Wrocław, Lodz, Katowic y Tichy. Torca está estudiando nuevos proyectos en Poznan y Szczecin.

## LA CERVECERA CRECE EN CATALUNYA E INICIA SUS VENTAS EN EL EXTRANJERO

# La nueva Moritz será rentable en el 2008

MAR GALTÉS  
Barcelona

La cerveza Moritz se fabricó y vendió durante más de un siglo en Barcelona, hasta que en 1978 la empresa quebró y desapareció del mercado. En el 2004 la familia propietaria decidió poner 30 millones de euros para resucitarla y a partir de este 2007 "está previsto conseguir el equilibrio de los resultados", y empezar a obtener beneficios en el 2008. Al mismo tiempo, éste será el año de su expansión: el lanzamiento fue estrictamente local en el área de Barcelona y ahora se abordará el mercado catalán y también habrá salto internacional. En marzo Moritz empezará a venderse en París, en la Maison de la Catalogne, y "tenemos peticiones en firme desde EE.UU. y Japón" explica el director general Albert Castellón.

La historia reciente de Moritz parece sacada de un manual de marketing: "Hemos hecho un relanzamiento modélico", reconoce Castellón, que llegó a Moritz procedente de la división alimentaria de Unilever. "La familia tenía muy claro que quería recuperar su historia y su negocio. Sólo le hemos dado sentido estratégico", La familia propietaria de Moritz son Daniel Roehrich Moritz (descendiente del Louis Moritz, el fundador), su mujer, Susana Saporta, y sus tres hijos, Jorge, Eduardo y Daniel. Después del cierre de Moritz en 1978, ellos siguieron en el negocio cervecero con otra compañía de su propiedad, La Zaragoza, fabricante de la marca Ambar, que facturó 47 millones en el 2005. Ésta es la compañía que fabrica la cerveza para Moritz, que en su nueva definición ha apostado por utilizar agua de manantial, a través de un acuerdo con Font d'Or-Vichy Catalán.

Para relanzar Moritz fue decisiva la adquisición de dos empresas distribuidoras, Noeda, de Molins de Rei, y Pozo, de Sant Adrià, con lo que han conseguido llegar a dos tercios de los 30.000 puntos de venta del área metropolitana de Barcelona. "Aho-



INMA SAINZ DE BARANDA

Albert Castellón dejó Unilever para liderar la recuperación de la marca de cerveza

*La familia Moritz ha destinado 30 millones a relanzar la marca, que ya factura 6 millones*

ra últimos acuerdos con distribuidores externos para cubrir toda Catalunya", explica Castellón. En conjunto la empresa emplea a 120 personas.

En el 2006 la facturación de Moritz se duplicó hasta los 6 millones de euros, con un resultado negativo de 500.000 euros; en el 2005 facturó 3 millones de euros y perdió 1,5 millones. Al negocio de Moritz hay que sumar los ingresos que aportan las dos dis-

tribuidoras (aguas, zumos, leche, en bares y restauración), que en el 2006 fue de 12 millones. Para este 2007, la cerveza espera alcanzar 9 millones de euros, con un resultado equilibrado; en el 2008 el beneficio esperado es de un millón de euros.

El secreto de Moritz ha sido "centrar todos los esfuerzos en la construcción de marca": se han implicado en la movida cultural y gastronómica, y más de la mitad del presupuesto de relanzamiento, 18 millones, se destina a la reconversión, firmada por Jean Nouvel, de la antigua fábrica de ronda Sant Antoni. Para la flota comercial se restauraron veinte Seat 600, "más caros de mantener pero mucho más vistosos". Y la apuesta continúa: los Roehrich se adjudicaron el bar Velódromo, que ahora van a resucitar.●

## INGRESO DE 596 MILLONES EN EL 2006, UN 84% MÁS

# Renta Corporación dispara un 46% su beneficio neto

ROSA SALVADOR

BARCELONA. - Renta Corporación obtuvo un beneficio neto de 47,5 millones de euros en el año 2006, un 46% más que el año anterior, con un aumento de sus ingresos del 84%, que se situaron en 596,2 millones de euros.

La entidad que preside Lluís Hernández de Cabanyes destacó ayer que estos resultados superan sus previsiones, incluso las revisadas al alza en el último trimestre. La firma anunció también que espera mantener un ritmo de crecimiento de los beneficios del 30%, en los próximos años. La firma tiene una rentabilidad sobre el coste de ventas del 26% y una elevada rotación de activos, que se mantienen en la cartera de la compañía apenas ocho meses.

La firma catalana obtuvo el año pasado el 52% de las ventas (306 millones de euros) de la rehabilitación de viviendas, pero ha dado más peso al resto de sectores, de forma que un 35% de las ventas procedió de la transformación de oficinas y el restante 13% de la transformación de suelo. Desde el punto de vista geográfico, la firma ha avanzado también en su diversificación, de manera que París, Londres y Berlín le aportan el 36% de las ventas. Renta invirtió el año pasado 864,2 millones de euros, casi el triple que en el 2005, y prevé mantener un ritmo inversor de unos 750 millones anuales los próximos años. La firma destina ya un tercio de esas inversiones a la compra de suelo.●



Lluís Hernández

