

Fuentevera se comercializa a través de la empresa filial Comercial de Líquidos Alimenticios

Basilio Rivera e Hijos lanza una nueva marca de agua mineral

F. J. LLANA NIETO
Calera y Chozas (Toledo)

El grupo Basilio Rivera e Hijos ha lanzado al mercado una nueva marca de agua mineral envasada, *Fuentevera*, que comercializará a través de su filial Comercial de Líquidos Alimenticios. Esta marca es el resultado del trabajo de investigación realizado por la compañía con el objeto de detectar un nuevo agua termal. *Fuentevera* se caracteriza por su baja composición en sales minerales y su carácter termal, y fue presentada en la última edición de Alimentaria celebrada en Barcelona.

Basilio Rivera e Hijos está situada en la localidad de Calera y Chozas y desde hace

veinte años se dedica al envasado y comercialización de agua mineral bajo la marca *Aguas del Rosal*. El gerente de la empresa, Jesús Enrique Rivera, explica que con *Fuentevera* el grupo pretende consolidar su presencia en todo el territorio nacional, llegando a todos los segmentos de

Se caracteriza por su baja composición en sales minerales y su carácter termal, y fue presentada en la última edición de Alimentaria

mercado abiertos por la primera marca.

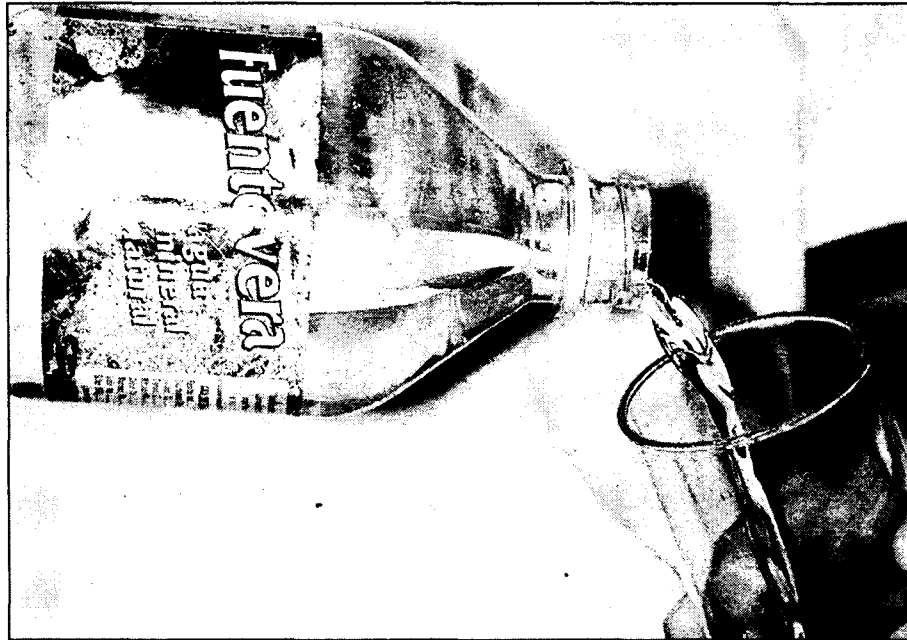
Así, ambas marcas se comercializan en los canales habituales de alimentación y distribución en formatos de tercio, medio litro, litro y medio, cinco y ocho litros, aprovechando además la misma fábrica de envases.

A pesar de su amplia gama, es en los formatos de cinco y ocho litros donde la empresa tiene más ventajas con el resto de la competencia del sector, por el diseño, la

calidad de los materiales empleados y, sobre todo, por el ahorro de espacio que suponen:

“Así, por ejemplo, somos la única empresa a nivel nacional capaz de introducir 180 garrafas de cinco litros en un palé estándar a cuatro de altura”, afirma Jesús Enrique Rivera.

Actualmente, *Agua del Rosal* se comercializa en todo el territorio nacional -a excepción de



Fuente Vera es un agua termal con bajo contenido en sales minerales.

la zona norte y noreste-centrando sus ventas fundamentalmente en Castilla-La Mancha, Extremadura, Andalucía, Castilla y León y Levante.

La empresa posee en Calera y Chozas unas instalaciones de 12.000 metros cuadrados cubiertos, en las que se distribuyen sus cinco líneas de envasado: las de cinco y ocho litros, con una capacidad de llenado de 6.000 y 4.500 garrafas a la hora, respectivamente; la correspondiente a un litro y

medio, capaz de envasar 10.000 botellas en una hora; y una conjunta para el formato de medio y tercio, que envasan 15.000 botellas en una hora.

Basilio Rivera e Hijos también dispone de una línea de envasado -con una capacidad de 3.000 botellas en una hora- de cristal no retornable para agua con y sin gas.

Las garrafas de cinco litros y las botellas de litro y medio y de tercio están fabricadas en PET, mientras que las de ocho litros son de propileno.

Durante el pasado año, la empresa toledana comercializó cerca de 80 millones de litros bajo la marca *Agua del Rosal*, cantidad que espera superar a lo largo de este ejercicio, “a pesar de que la competencia en el sector cada vez es mayor”, afirma Jesús Enrique Rivera.

El grupo cuenta con una plantilla compuesta por treinta trabajadores, aunque cuando llega la temporada alta ésta se puede ampliar en otras doce personas.

OPINION

F. J. LLANA NIETO

Resulta increíble, pero cierto

La reciente constitución en Jaén de la Compañía Española Comercializadora de Aceite ha puesto de manifiesto el grado de confusión que se vive en el sector de la producción de aceite de oliva en Castilla-La Mancha. Resulta increíble que siendo la segunda productora a nivel nacional, tras Andalucía, tan sólo hayan decidido participar en este proyecto once empresas, entre las que no existe ninguna cooperativa ni almazara. De todos es sabido que lo que da valor añadido a la producción es la comercialización a través de una marca, y no a granel, como ocurre en la mayoría de los casos en Castilla-La Mancha. Ahora que se les brinda la posibilidad de llevarlo a cabo no lo hacen, quizás porque alguna gran empresa aceitera de la región les ha presionado para que no lo hagan, a cambio de comprometerse a comprarles su producción. Sea como fuere, el sector necesitaba una Compañía como la que se acaba de constituir, que termine de una vez con todas con la práctica de las grandes empresas del sector de presionar y controlar tanto la producción como los precios, perjudicando siempre a los mismos: a los pequeños productores y empresarios, que en la mayor parte de los casos se ven obligados a



JAVIER POZO

F. J. LLANA NIETO
Toledo

En un plazo aproximado de un mes, todos los autocares de las empresas Transportes Galiano y Autocares Galiano llevarán inscritos su nuevo nombre comercial, *Continental Auto*, tras el acuerdo alcanzado el pasado día 30 de mayo por los socios únicos de las sociedades limitadas implicadas, según el cual se aprobaba la fusión mediante absorción por Continental Auto de las dos primeras empresas.

Continental Auto invertirá 288 millones en renovar la flota

Afectará a los autocares que realizan diariamente los trayectos Toledo-Madrid y Toledo-Talavera

Tras la operación, las sociedades absorbidas quedan extinguidas, tras pasándose en bloque su patrimonio a la sociedad absorbente con carácter retroactivo de los efectos de la fusión producida el pasado 1 de enero de 2000.

Según explica el apode-

rado de Continental Auto, Alfonso Rodríguez, Autocares Galiano va a ser la gran beneficiada con la fusión.

La primera medida que se adoptará será la renovación de gran parte de la flota de 27 autobuses que cubren los trayectos Madrid-Toledo y Toledo-

Talavera. En total se adquirirán nueve autocares, que supondrán una inversión de 288 millones de pesetas.

Alfonso Rodríguez ha añadido que la plantilla de ambas empresas no se van a ver afectadas en sus condiciones habituales de trabajo.

Esta fusión por absorción es el resultado de una operación iniciada en enero del presente ejercicio. Por aquel entonces, Continental Auto y Autocares Galiano eran las propietarias de Transportes Galiano Continental. Sin embargo, en ese mes Continental Auto adquirió

Autocares Galiano, por lo que desde ese momento aunque las tres empresas funcionaban con nombres distintos pertenecían al mismo accionariado.

Por este motivo, en el mes de mayo se decidió fusionar todas las compañías para que funcionasen como una sola, operación que quedará finiquitada legalmente en un plazo aproximado de un mes, momento a partir del cual todos los autobuses serán de color amarillo, que es el tradicional de Continental Auto.