

El objetivo para este año es alcanzar una facturación de 41.500 millones y abrir ocho tiendas

Mercadona aumentó sus ventas un 17% con 34.000 millones

ÁNGELES S. INFANTES
Ciudad Real

La empresa Mercadona pretende seguir creciendo este año 2001. Los resultados del año 2000 desprenden una venta de más de 34.000 millones de pesetas, un incremento del volumen de negocio del 17%, que han contemplado la apertura de 7 tiendas nuevas y la contratación de 200 trabajadores en los supermercados que tienen en Castilla-La Mancha no parecen "conformar" los responsables de Mercadona que ya han dado a conocer sus retos y propuestas para este año 2001.

El objetivo para este año 2001 es conseguir vender 41.500 millones de pesetas en los 37 supermercados que este año pretenden tener abiertos en el conjunto de la región. El reto es abrir ocho nuevas tiendas, una de ellas ya está en marcha en el munici-

Esta cadena tiene en Castilla-La Mancha 1.150 empleados y quiere crear este año otros 200 puestos

pio de La Solana de la provincia de Ciudad Real.

Asimismo en la misma tónica de crecimiento también van a seguir aumentando los puestos de trabajo de la empresa y quieren crear en este año 2001 en torno a los 200 puestos de trabajo nuevos, todos ellos indefinidos, siguiendo con la tónica que este supermercado tiene en Castilla-La Mancha de que todos los puestos de trabajo sean fijos.

En la actualidad, la superficie Mercadona tiene en Castilla-La Mancha un total de 1.150 empleados, todos ellos fijos y el ritmo de crecimiento de empleados es parejo al crecimiento en el número de establecimientos y al crecimiento que está teniendo la



La empresa potencia los productos de Castilla-La Mancha.

empresa en Castilla-La Mancha.

En el año 2000 han creado siete nuevos establecimientos en la región, Azuqueca de Henares (Guadalajara), Tomelloso, Socuéllamos, Almagro y La Solana en la provincia de Ciudad Real y Torrijos en la provincia de Toledo.

Los responsables de mercadona también destacaron la política de proveedores que mantiene la empresa, de mane-

ra que siempre se mantienen los mismos proveedores que aseguran la calidad de los productos. El objetivo de Mercadona es que sus marcas propias sigan funcionando tal y como lo hacen hasta ahora pero al mismo tiempo conseguir que los productos significativos de cada comunidad autónoma estén en toda la cadena de tiendas a nivel nacional. De esta forma productos tan habituales en la Mancha como las berenjenas, se

venden en todos los supermercados de España. También desde Mercadona se intenta fomentar que los distribuidores y proveedores sean de la comunidad autónoma a la que abastecen, de modo que Mercadona compró en el pasado año 2000, 17.000 millones de pesetas en productos de esta región. El reto para Mercadona sigue siendo la mejora de la calidad de los productos y la mejora del servicio a los consumidores.

“ ”
Mercadona invirtió 17.000 millones en compras realizadas a proveedores de la Comunidad

“ ”
Abrirá locales en Azuqueca, Tomelloso, Socuéllamos, Almagro, Toledo y Talavera

Los resultados de Frimanca caen un 40% aunque crece la cifra de negocio

Las obras de Valdepeñas, los problemas surgidos en Cuenca y la crisis de las vacas locas, son las causas de estos datos

A.I.M.
Ciudad Real

Frimancho Industrias Cárnicas S.A. ha cerrado el año pasado con unos resultados del ejercicio, descontados ya los impuestos, de 181 millones de pesetas, casi un 40% menos que el año anterior que fueron de 253 millones.

El importe neto de la cifra de negocios de la empresa ciudadrealense llegó a los 15.875 millones de pesetas, lo que representa un aumento del 4,62% con respecto a la cifra del ejercicio del año anterior. La

producción que ha llegado a comercializar ascendió el año pasado a 43.177 toneladas de productos cárnicos.

El resultado bruto de explotación se ha situado en 574 millones de pesetas, frente a los 533 del ejercicio anterior. Según explica la empresa cárnica en su

información a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el cash-flow neto ha crecido ligeramente alcanzando los 488 millones de pesetas, lo que representa un cash flow neto por acción de 14 pesetas.

La explicación que da Frimancho Industrias Cár-

nicas al descenso de resultados se basan "en las distorsiones que han ocasionado las obras ejecutadas durante el ejercicio en la remodelación de las instalaciones de Valdepeñas"; así como "el retraso que se produjo en la puesta en marcha de la nueva planta de pro-

ducción de Cuenca, con los ajustes y captación de recursos que semejante proyecto requiere". En tercer lugar, alude también "a la aparición de la crisis del bovino iniciada en el mes de noviembre, como consecuencia de la aparición de la encefalopatía espongi-

El 70% de los alumnos de la FAEC obtienen el carné de transporte

REDACCION
Cuenca

La Federación de Asociaciones de Empresarios Conquenses (FAEC) ha destacado que el 70% de los alumnos de su programa de formación que siguieron el curso de transportistas han aprobado el carné oficial de capacitación para el transporte.

De los 90 alumnos que siguieron los cursos de la FAEC y que se presentaron a las pruebas el pasado mes de diciembre, 65 han obtenido este carné.

Durante el pasado año 2000 FAEC en colaboración con la Asociación Provincial de Empresarios de Transporte de Mercancías por Carretera, organizó seis cursos, tres en Iniesta y otros tres en San Lorenzo de la Parrilla, de Capacitación para Transporte. El ahorro que supuso para cada uno de los alumnos, según FAEC, fue de unas 200.000 pesetas.

La Asociación Provincial de Empresarios de Transporte de Mercancías por Carretera se constituyó al pasado 2000 y aglutina a las principales empresas del sector conquense ya que sus asociados controlan el 60% de la flota de camiones de la provincia.

Este año FAEC tiene previsto impartir otros tres cursos, más de Capacitación para Transporte, uno en Iniesta, otro en Motilla del Palancar, y otro en Cuenca capital.

me bovina (EBB), que ha provocado, además de las caídas drásticas en el consumo, significativos incrementos en los precios de las materias primas". Materias primas que en el caso que afecta a esta empresa se refieren al porcino y cuyo incremento en los precios, parece ser que no se han podido repercutir en el precio de venta.

Las exportaciones de Frimancho superaron el año pasado los 2.200 millones de pesetas, la mayor parte de ellos en la Unión Europea.