

Nutra Brands se marca el objetivo de facturar 100 M, continúa la compra de empresas y levanta planta en Vitoria

Licores | 15/04/2020 | JAVIER RODRÍGUEZ



Nutra, grupo de reciente creación de cuya formación ya informó Alimarket Gran Consumo hace un par de semanas, ha trazado un **plan de negocio cuyo objetivo es alcanzar los 100 M€ de facturación en un plazo de cinco años**, concretamente al cierre del ejercicio de 2024. La compañía, que **ha iniciado los trámites para cambiar su razón social por la de Nutra Brands**, está

controlada por un **family office dirigido por Fernando Navarro Oses**, que se encarga de la gestión del patrimonio de tres familias y del suyo propio. Concentrará el grueso de sus ingresos en el negocio de importación y exportación de bebidas alcohólicas para mayoristas y horeca, con un catálogo de unas 1.500 marcas. En su primer ejercicio bajo la dirección de Fernando Navarro, el de 2018, Nutra facturó 5,99 M€. **El pasado año, la cifra se duplicó, hasta alcanzar los 12,25 M€**. Aproximadamente el 30% de estos ingresos correspondieron a exportaciones, en gran medida por operaciones de trading.

Esta actividad de distribución de bebidas espirituosas será la base y motor del negocio de Nutra Brands, ya que, de cumplirse los planes y plazos, aglutinaría el 75% de los 100 M€ previstos de facturación. **Para acometer la expansión, la compañía contempla la adquisición o entrada en el accionariado de entre 15 y 18 comerciales de bebidas y alimentación a nivel nacional**, para contar con una red de delegaciones propias en las que incorporaría su catálogo. Entre sus objetivos sitúa distribuidoras que se muevan entre los 500-800 clientes.

Adquiere sus dos primeras distribuidoras

Así, entre estos baremos, acaba de acometer dos operaciones. Por un lado, se ha hecho con la mayoría del capital de Distribuciones de Alimentación Virgen de Linarejos, que

cuenta con un cash de 1.800 m2 en Linares (Jaén) y actividad de distribución en esta misma provincia y en Granada, Córdoba y Ciudad Real. En la empresa, que cuenta con una plantilla media de 13 empleados, figuraban hasta ahora como administradores Emilio López Molina y Julián Moreno Barragán. Virgen de Linarejos **distribuye los vinos de las bodegas Barbadillo y Rodero, entre otras. El pasado año facturó unos 3,4 M€, aproximadamente un 60% por bebidas y el 40% restante por productos de alimentación.**

Por otro lado, **Nutra Brands también acaba de hacerse con una participación mayoritaria en Comercial y Logísticas Serrano (Coloser), distribuidora de 'Cervezas Ambar' y de 'Schweppes',** entre otras enseñas. Esta empresa, con plantilla de 13 trabajadores, cuenta con sus almacenes en la ciudad de Cáceres y actividad en esta misma provincia, si bien ahora su vocación es acometer la expansión a toda Extremadura. Estaba controlada por los hermanos Serrano Pardo y **el pasado año sus ventas alcanzaron los 1,9 M€.**

Coposa asume la producción de Macrocin y Baroni

Tras estas dos primeras adquisiciones, **Nutra Brands ya tiene avanzadas las negociaciones para acometer otras tres operaciones,** con la idea ya mencionada de entrar en unas 15-18 distribuidoras. Estas delegaciones pasarían también a incorporar su catálogo de alimentación, que ya funciona bajo una estructura productiva única. **Como ya adelantó Alimarket Gran Consumo en exclusiva, Nutra adquirió durante las últimas semanas Control de Porciones (Coposa) y, precisamente, en las instalaciones de esta última, ubicadas en la localidad navarra de Ribaforada, concentrará el grueso de la producción de su división de alimentación.** Así, ha trasladado las líneas de 'Macrocin' de Arganda del Rey (Madrid) a Ribaforada y ha hecho lo propio con la de Pasta Fresca Baroni, que se encontraba en Montgat (Barcelona).

Por tanto, **en Navarra ha pasado a elaborar todo el catálogo de Coposa, los precocinados congelados de 'Macrocin' y las pastas frescas congeladas de 'Baroni'. Estos negocios serán facturados directamente por Coposa, que absorberá a las filiales Macrocin Foods y Chef Baroni.** El plan inicial de Nutra pasaba porque **estas actividades sumaran unas ventas de unos 5 M€ este ejercicio de 2020,** si bien la crisis desatada por el covid-19 podría trastocar estos planes, ya que Macrocin y Baroni concentran el 100% de su negocio en hostelería. Estas dos últimas líneas seguirán focalizando sus esfuerzos en este mismo canal, "con **mayor potencial para las pastas**", argumentan desde la dirección. "**Para los precocinados congelados,** ahora mismo sobre

todo croquetas y empanados, **creemos que lo ideal es apostar por elaboraciones más gourmet**".

En el caso de la compra de Coposa, **"la motivación fue distinta. Ha hecho un trabajo muy bueno de I+D en productos de alimentación bío y veganos y creemos que tenemos un gran potencial de desarrollo, tanto en hostelería como en retail, canal este último donde actualmente concentra el 90% de sus ventas. Coposa tiene un catálogo muy amplio de hamburguesas y salchichas vegetales y platos preparados con certificación ecológica, que queremos desarrollar"**. El pasado año, Coposa facturó 1,83 M€, cifra similar a la de los dos últimos ejercicios.

Además, **para potenciar esta línea de alimentación que encabeza Coposa, Nuttra Brands prevé introducir algunas de sus elaboraciones en la cadena de restauración 'Mundo Casero', gestionada por la empresa homónima, en cuyo capital acaba de entrar durante los últimos días**. Se trata de una cadena en fase de desarrollo de franquicias, que actualmente cuenta con siete establecimientos, todos ellos a pie de calle, ubicados en Barcelona capital (3), las localidades barcelonesas de Gavá y Castelldefels, Madrid e Ibiza. Con pequeños locales enfocados al take away, basa su oferta en ensaladas, pizzas y empanadas argentinas.

Inversión de 2 M para una planta en Vitoria

Dentro de la división de alimentación, pero al margen de la línea que pivota sobre Coposa, **Nutra Brands creará próximamente una filial para el desarrollo de su marca 'Vegafresh', bajo la que comercializará a través de toda su red comercial patata fresca de IV gama. Este producto lo elaborará directamente y para ello está levantando una planta en Vitoria-Gasteiz, con una superficie de 1.500 m2 y dos líneas de pelado y procesado de patata. "Serán unas instalaciones muy automatizadas, por lo que precisarán de poca plantilla". La inversión de este proyecto es de unos 2 M€**. 'Vegafresh' comercializará patata fresca (refrigerada) natural lavada, pelada, cortada (varias presentaciones), envasada y lista para su entrega a profesionales de horeca.