

Europraliné monta una nueva planta de elaboración de chocolates

HERMINIA MARTÍNEZ | 21/10/2016 | [Derivados del Cacao](#)



El notorio incremento de actividad ha llevado a Europraliné ('Trapa') al montaje de una nueva planta de elaboración en su complejo de San Isidro de Dueñas (Palencia). **La nueva fábrica cuenta con un presupuesto de 8 M€, multiplicará por diez la capacidad de la planta actual y se pondrá en marcha el próximo mes de enero**. "Será el centro de elaboración de chocolate más moderno de España. Estamos en pleno crecimiento y el área de producción era un cuello de botella", explica Carlos Monzón, director general de Europraliné.

La nueva fábrica se levanta sobre el suelo de la nave -de 3.000 m2 y construida en la década de 1960- en la que se realizaba la elaboración hasta ahora. Así, en este momento, Europraliné está realizando la actividad fabril en otra nave, correspondiente a la última fase de ampliación, donde trasladó toda la maquinaria existente, para poder liberar y demoler la fábrica anterior. Con la puesta en marcha de la futura fábrica, la compañía logrará una de las instalaciones chocolateras más modernas del país, pues ya en 2008 -en tiempos de Nueva Rumasa- se incorporaron cinco

nuevas líneas de moldeado, dentro de un proyecto que supuso una inversión total de 25 M€. "Tenemos unas instalaciones de moldeado muy bien preparadas, pero somos maestros chocolateros y eso requiere también una buena planta de elaboración. Se ha demolido la fábrica anterior, situada en la parte antigua del complejo y que era de ladrillo, y se ha montado una de estructura metálica, que se va a equipar con tecnología de fabricación de Bühler. Además, el proyecto incluye todos los servicios relacionados (frío, gas, etc.)", apunta el responsable. Una vez se inaugure la nueva planta de elaboración, la maquinaria actual de fabricación -reubicada provisionalmente en la segunda nave mencionada- quedará en desuso y, en parte, se colocará en el 'Museo Trapa', en el mismo complejo.

Así, la nueva actuación de Trapa supone el replanteamiento y ampliación del proyecto industrial inicial de Europraliné, que hace un año planeaba para 2016 una inversión de 4,5 M€ para la "mejora de las instalaciones de fabricación y packaging" . La inversión ahora en curso, de 8 M€, **situará en 15,5 M€ el desembolso efectuado por Europraliné desde la compra de la unidad productiva de Trapa** , en diciembre de 2013. De hecho, hasta finales de 2014, se dedicaron 6 M€ -a adecuación de las instalaciones, actuaciones promocionales, comerciales, de exportación, imagen, equipo humano, etc.- y en 2015 se invirtieron 1,5 M€.

Nuevos frentes de crecimiento y el doble de facturación

En definitiva, la nueva fábrica de Europraliné obedece al impulso de su actividad, por los nuevos frentes de desarrollo abiertos por la familia Calvo, propietaria de la compañía y accionista de Mahou-San Miguel. Así, desde la palentina se asegura haber logrado este año un nuevo impulso de negocio, dentro y fuera de España, estar realizando una "gran campaña navideña", tener tres turnos de trabajo y contar ya con una plantilla fija de 100 trabajadores -frente a los 63 de 2013- y entre 30 y 40 empleados eventuales. De ese modo, la palentina **espera incrementar este año sus ingresos del importe de 5 M€ de 2015 a 10,5 M** . El 30% de esa cuantía corresponderá a las ventas exteriores, que tienen como primeros destinos a Turquía, Corea, Israel, Japón y Uruguay y se reparten entre 70 clientes.

A la vez, Europraliné ha proseguido su avance en el mercado nacional y el canal de distribución organizada, con productos bajo sus marcas ('Trapa', 'Sabu', 'La Herminia', 'Carrillón', etc.) y enseñas blancas. Así, desde 2015 produce tabletas con MDD para Día , **contrato al que acaba de sumar otro para turrón de chocolate para esa cadena, también con MDD** . Además, en el retail nacional, Europraliné provee a Carrefour -con 'Trapa' y MDD-, Alcampo, Euromadi, Froiz, Ahorramás e Hipercor. A la vez, la compañía ha reforzado su red de distribución nacional, dirigida al canal tradicional y especializado, y **ha diversificado su negocio en cuanto a líneas de productos y perfiles de clientes** . En ese sentido, ha añadido negocio B2B, para otras compañías chocolateras de fuera de España, y cremas para clientes industriales. Dichas nuevas vías comerciales -MDD, B2B y chocolates para uso industriales- y las nuevas categorías de chocolates finales sumadas desde 2014 (snacks, turrón de chocolate, cacao soluble, chocolate a la taza, tabletas con stevia, nuevos cortados y monodosis de cacao) han configurado a la palentina como un fabricante chocolatero integral, cuando hasta 2013 se dedicaba solo a bombones y, en menor medida, a **tabletas**. **Esa última categoría de producto se ha convertido en la principal línea de Europraliné, en términos de volumen, y supondrá este año una comercialización de 1.600 t** , entre ventas marquistas y con MDD, según se prevé.

Alimarket