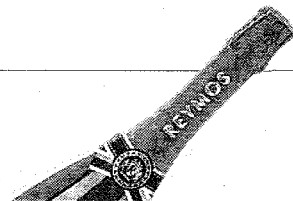


**Flash** Reymos pondrá burbujas a las Fallas. 20.000 botellas de Reymos, el vino espumoso elaborado por Cheste Agraria y comercializado por Anecoop, se descorcharán en 150 casaes falleros.



LA ECONOMÍA REAL  
COMUNIDAD VALENCIANA



# Kelme salta al terreno de juego para situar de nuevo la marca en el fútbol

La compañía volverá a los patrocinios de equipos de la Primera División española

**María Carmona**

VALENCIA. Hacerse un nombre como marca no es fácil, pero recuperarlo tras siete años de vaivenes societarios y económicos, tampoco lo es. Esa es una lección que tiene muy bien aprendida la mítica marca de la garra que representa a la compañía de equipamiento deportivo Kelme. La sucesión de años de crisis, con la empresa casi en quiebra en 2002 y el concurso de acreedores como amenaza a principios de 2008, dio un giro hacia la estabilidad en abril del año pasado, con la toma del control por parte del fondo de capital riesgo Tirant, gestionado por Riva y García. Sin embargo, todavía quedaba una piedra en el camino que saltó a la luz pública en octubre con la salida del máximo ejecutivo y presidente Benjamín Clarí, quien antes había sido presidente de Adidas España y en quien en principio había depositado su confianza la nueva propiedad de Kelme, pero con el que surgieron desavenencias de criterio sobre la estrategia del resurgir de la firma.

Su salida llevó al fondo Tirant, que entre sus partícipes tiene al Instituto Valenciano de Finanzas, Bancaja, la CAM y Banco Santander, a tomar también el control de la gestión al asumir la presidencia ejecutiva la gestora Riva y García, a través de Carlos García Cobaleda.

## De vuelta al canal

La compañía, con sede en Elche (Alicante), trabajó a marchas forzadas a partir de ese momento, en octubre, con el objetivo de contar a tiempo con un elemento imprescindible para abordar la vuelta al mercado de la marca: una nueva



Sede de la empresa de equipamiento deportivo Kelme en Elche. elEconomista

## La cifra

12

**MILLONES.** Son los euros que espera facturar Kelme este año. Muy atrás quedan los 20 millones de 2006, sin embargo, supondría un aumento del 50 por ciento respecto al año anterior. Al cumplimiento de ese objetivo ayudará el reingreso de la marca en un gran cadena de distribución de referencia, de cuyas estanterías se había caído hacia ya tres años.

colección. Esa prueba se superó en enero con la presentación de la colección otoño-invierno 2009, que "nos ha vuelto a abrir las puertas de nuestro canal y de las grandes cuentas", señala el presidente.

La estrategia de la ilicitana va a suponer el salto de nuevo de Kelme a los campos de fútbol a través de la vuelta a los patrocinios con el cuyo objetivo principal de reforzar las ventas de su línea de fútbol en el exterior. "Casi todas las ventas internacionales son de fútbol, y nuestros clientes nos piden que llevemos la marca a la Liga de fútbol española para poderlo utilizar como elemento de marketing", explica. Kelme tiene ya muy avanzadas las negociaciones con un club de Pri-

mera División para arrancar en la próxima temporada, aunque con el objetivo de sumar otros dos equipos. Sobre todo, con la vista puesta en los mercados asiáticos y EEUU, la compañía se plantea a medio plazo entrar en la Premier League, la inglesa. "Sus partidos son en hora de máxima audiencia en Asia", resalta García Cobaleda.

A la vuelta del verano, estará también en los puntos de venta la primera colección textil deportiva de su nuevo equipo de diseño y que se fabrica en Portugal. "Supone un salto muy importante en calidad y diseño, aunque la lanzamos sacrificando márgenes por la presión en precios de las multinacionales", explica el presidente.

## El parque Terra Mítica afronta la crisis con relevo en su dirección

El consejo da su visto bueno a la revisión del plan de negocio

**M. C.**

VALENCIA. El diagnóstico más común del parque temático de Benidorm es el exceso de dimensión de sus instalaciones en relación al mercado potencial. Así fue, casi desde su concepción por parte de la Generalitat presidida entonces por Eduardo Zaplana, y así lo sufrió después con una suspensión de pagos en plena época del boom y crecimiento acelerado en España, de la que salió con un plan de viabilidad que le devolvía la medida acorde con su

19

**MILLONES.** Fue el beneficio neto en 2007, obtenido gracias a la venta de suelo del parque.

mercado. Ahora el frenazo del consumo ha vuelto a desequilibrar al parque, y ha obligado a revisar su plan de negocio "para adaptarlo a la coyuntura actual con un criterio de prudencia", señala en un comunicado.

Esta crisis ha coincidido con la salida del director general John Fitzgerald, cuya gestión planteaba dudas en los socios de referencia. El parque informó ayer de que ha iniciado el proceso de sustitución de su primer ejecutivo, y mientras tanto la gestión correrá a cargo del comité de dirección y la comisión ejecutiva. El capital de Terra Mítica tiene como principales accionistas a la Generalitat valenciana, Bancaja y la CAM.

## Cross Road Biotech pone su semilla financiera en Green Molecular

La sociedad de capital riesgo toma el 75% de la firma que trabaja en la lucha contra el cáncer

**M. Carmona**

VALENCIA. El mercado de la biotecnología acaba de sumar un nuevo protagonista en la Comunidad Valenciana. Se trata de la recién constituida empresa Green Molecular,

que acaba de ver la luz como una *spin-off* de la Universitat de València. La compañía tiene su origen en los trabajos de investigación del profesor José María Estrela y el corazón de su negocio está en la tecnología desarrollada para tratamientos contra el cáncer colorrectal y el melanoma.

De la mano de Green Molecular ha aterrizado por primera vez en el mercado valenciano la sociedad de capital riesgo **Cross Road Biotech (CRB)**, que ha realizado en esta bio-

tecnológica su octava inversión. Aunque autorizada por la CNMV como sociedad de capital riesgo en junio del año pasado, CRB es la heredera de una sociedad constituida como limitada en 2001 y que ha venido invirtiendo en empresas de biotecnología y salud humana.

CRB va a respaldar la llegada al mercado de las investigaciones de Green Molecular con una participación del 75 por ciento en su capital. El resto está en mano del grupo científico (15 por ciento) y de la

propia Universitat de València (10), en la que es su primera inversión directa. Green Molecular ha elegido, además, como sede el Parque Científico de la universidad valenciana, a cuya Fundación se acaban de incorporar esta semana Bancaja, Banco Santander, Cámara de Comercio de Valencia y la Confederación Empresarial Valenciana (CEV).

Tras la fase de investigación básica y ya con la patente en las manos de una tecnología basada en una combinación de polifenoles, el

trabajo ahora de Green Molecular se centra en demostrar que la aplicación de esa tecnología en el mercado es viable. "Ahora se trata de realizar las validaciones industriales, comerciales... Es una fase que se puede prolongar durante unos cuatro años y con un esfuerzo de inversión de unos cuatro millones", señala Manuel Castellón, uno de los promotores de CRB, que participa también en TCD Pharma, Owlgenomics, Lactest, Biocross, Genomadrid, Necodex y Dendrico.