

## **Martínez Loriente crece un 8% y alcanza los 541 millones de euros de facturación**

### **La empresa cárnica invirtió 12,6 millones en mejoras tecnológicas y de producción**

VALENCIA, 9 de julio de 2013.- La empresa cárnica Martínez Loriente ha cerrado 2012 con un destacado incremento de ventas pese a la caída general del consumo en España. El volumen de negocio alcanzó los 541 millones de euros el pasado año, lo que supone un crecimiento del 8% respecto al ejercicio anterior en que se registraron 496 millones. En cuanto a la producción, durante 2012 se vendieron 116.208 toneladas de carne, un 3,10% más que en 2011. Estas cifras convierten a la empresa Martínez Loriente en referencia del sector en España, con un beneficio antes de impuestos de 13,6 millones de euros en 2012.

“Nuestra apuesta, muy meditada y de carácter estratégico, pasa por ajustar al máximo el precio de nuestros productos en apoyo de los consumidores. Y esa política de limitación de beneficios nos ha llevado a incrementar el volumen de kilos de carne producida pese a la caída general de la demanda en España durante el 2012”, asegura Francisco Garrigues, consejero delegado de Martínez Loriente.

Garrigues añade que para este año 2013 se está manteniendo la misma política “aunque esto suponga obtener un menor beneficio para la empresa. Lo importante para nosotros, ahora y siempre, es que el consumidor de productos de Martínez Loriente nos sienta a su lado”.

Esa responsabilidad social en el mantenimiento de precios se ha visto acompañada de esfuerzos para extremar la calidad y seguridad alimentaria. Así, durante 2012 Martínez Loriente ha invertido 12,6 millones de euros en mejoras tecnológicas y de producción para mantener siempre las plantas equipadas con los instrumentos y procedimientos más avanzados del mercado. La cifra de inversión supera ampliamente la del año anterior, que fue de 11 millones de euros.

### **PLANTA PILOTO**

Entre otras actuaciones la empresa ha construido una planta piloto para la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en nuevos productos y procesos. Se trata de un proyecto esencial para la

mejora continua de las técnicas de corte, envasado, transporte y conservación de carnes. Un ejemplo de los resultados en la aplicación de estos procedimientos naturales es la innovadora técnica que aumenta y prolonga la ternura del vacuno, que llegó a los lineales de Mercadona en verano de 2012 tras dos años y medio de investigación, y que cuenta ya con gran aceptación en el mercado.

Esta nueva planta piloto abierta el pasado año responde también a una segunda finalidad: testar los gustos de los consumidores para satisfacer su demanda, y para hacerlo posible cuenta con una sala de catas y paneles específicos.

Además, se han ampliado el laboratorio del Departamento de Calidad y Técnico, la sección de hamburguesas en la planta de Cheste y la capacidad de frío en las instalaciones de Buñol. La planta de Tarancón se ha dotado también con la maquinaria más avanzada.

Martínez Loriente, que ha mantenido durante 2012 el empleo estable de las casi 1.500 personas que forman la plantilla, es una empresa interproveedora de carne de Mercadona y sus resultados son fruto de aplicar criterios de eficacia productiva, para ofrecer la máxima calidad en sus productos durante más de una década.

La compañía cuenta como accionistas a Embutidos Martínez (45%), Incarlopsa (45%) y Mercadona (10%), y ha unido la experiencia sobre productos cárnicos acumulada por las familias Martínez y Loriente Piqueras con el conocimiento de la distribución que poseía la cadena de supermercados. En la actualidad tiene dos plantas de corte y envasado en Cheste (Valencia) y Tarancón (Cuenca), un matadero de vacuno situado en Buñol (Valencia) y un cebadero de vacuno en Villamarchante (Valencia).

VÉASE LA MEMORIA COMPLETA EN:

<http://www.martinezlorient.com/>

---