

Dos madres emprendedoras de Granollers ponen en marcha una microempresa dedicada a la fabricación de pañales de ropa ecológicos

## Pañales con denominación made in Granollers

ORIOL SERRA

Enric tiene apenas un año, pero su corta vida va estrechamente ligada a un proyecto empresarial pionero en España. Su nacimiento inspiró la fundación de Tucuxi, la primera empresa española dedicada a la fabricación de pañales de ropa ecológicos. Una microempresa con sede en el polígono industrial Congost de Granollers e impulsada por dos madres emprendedoras de la ciudad, Montse Muñoz e Irma González. Fue la primera quien dio a luz a Enric en octubre del año pasado. "El pediatra nos recomendó a mi marido y a mí que probáramos los pañales de ropa", recuerda. Así lo hicieron, y la idea les convenció. El problema era que estos productos "no se vendían aquí y teníamos que comprarlos por internet a distribuidores de Estados Unidos, Canadá o Finlandia".

La solución no tardaría en cruzar la mente de Muñoz, cuyo currículum

incluye entre otras cosas un master en ESAD: crear su propia empresa para introducirlos en el mercado catalán. Ella se ocuparía de llevar las cuentas y vender el producto, pero faltaba alguien que lo fabricara. Fue aquí donde entró González, también madre y buena conocedora del oficio textil. En febrero de este mismo año empezaron a dar forma al proyecto, y en junio lo presentaron oficialmente en la feria EcoGra de Granollers. Actualmente, distribuyen sus productos en 20 tiendas repartidas mayoritariamente por la provincia de Barcelona -en el Vallès Oriental, tienen presencia en Granollers, Cardedeu y Mollet-, aun-

que también se pueden encontrar en Tarragona y Girona. "Apostamos por el comercio de proximidad para potenciar la economía de casa", explica Muñoz, quien define su producto como "100% catalán". Y es que los proveedores de tejidos de Tucuxi son todos del Maresme, mientras que el laminado impermeable se lo suministra una firma de La Selva y la mercería



González y Muñoz, con Enric en brazos, en el taller de Tucuxi.

Xavier Solanas

viene de Barcelona. Lo que les ha permitido entrar fácilmente en el mercado de productos ecológicos: "algunas de estas tiendas ya vendían pañales, pero los importaban de fuera, y el hecho de tener un producto catalán nos ayudó a convencerles". El próximo reto es penetrar en el mercado de la puericultura, que paradójicamente es el que más cerrado se muestra actualmente: "como la gente todavía no conoce este tipo de producto, no hay demanda, y por lo tanto muchas tiendas no quieren arriesgarse".

Pero, ¿qué tipo de beneficios aportan los pañales de ropa respecto a los de celulosa? "Para empezar, beneficios sanitarios: la piel transpira mejor y no se irrita", explica Muñoz, quien añade que "los pañales de celulosa contienen elementos químicos que pueden producir alergias e intolerancias en la piel". Además, el pañal de ropa sale más barato: "dura más porque se puede lavar, y lavar siempre sale más barato que comprar: en los dos primeros años de vida del bebé, te puedes llegar a ahorrar 1.500 euros". Finalmente, se encuentran los beneficios ecológicos: "los pañales de celulosa no son biodegradables, y al final del año, acabamos tirando muchísimos". En cambio los de ropa son "reutilizables, y por lo tanto no perjudican el medio ambiente". \*

### SANT CELONI

La venta no debe afectar a ninguno de los 124 trabajadores de la plantilla

## Total vende Cray Valley a Arkema por 550 millones de euros

JORDI PURTÍ

Durante el primer semestre del año 2011 la planta de Cray Valley en Sant Celoni dejará de pertenecer a la multinacional petrolera Total, después de hacerse público el anuncio de cesión de sus actividades de resinas fotoreticulables y resinas para recubrimientos a la también multinacional francesa Arkema por un valor de 550 millones de euros. Esta cesión está sometida al proceso legal de información y consulta a los representantes de los trabajadores de Arkema y Total, así como a la aprobación de las autoridades de la competencia en los países afectados. De esta manera Total ha conformado su estrategia

de reenfocar sus actividades dentro de la química de especialidades.

A pesar de la venta y el consiguiente cambio de propietario desde Cray Valley Sant Celoni se asegura que la operación no afectará a ninguno de los 124 trabajadores que actualmente forman la plantilla de esta empresa química.

Se trata de una operación de gran alcance que afecta a varias actividades de la multinacional Total incluyendo en este proyecto las actividades que agrupan las resinas de recubrimientos de Cray Valley y de Cook Composites & Polymers (CCP), así como las resinas fotoreticulables de Sartomer, y dan empleo aproximadamente a 1.750 personas en 13

países. Estas actividades que forman un conjunto homogéneo de productos de especialidades destinadas a los mercados de pinturas, adhesivos y recubrimientos industriales, realizarán en 2010 una cifra de negocio en torno a 850 M, un 20% superior al 2009.

El proyecto pretende reforzar la integración de la línea de productos acrílicos de Arkema. La unión con las actividades de Emulsiones y Aditivos de Arkema creará un líder mundial en el mercado de recubrimientos, gracias a una gama diversificada de tecnologías y un fuerte potencial de crecimiento.

Desde la planta de Sant Celoni también se informa que las resinas de estructura y la actividad de es-

pecialidades químicas de hidrocarburos (HSC) de las sociedades Cray Valley y CCP, no están afectadas por este proyecto de cesión. Estas actividades se incorporarán a la petroquímica de Total, cuyos productos usan como materias primas.

Total se posiciona entre los líderes mundiales en el sector de la química de especialidades que abarcan las actividades de transformación del caucho (Hutchinson), las resinas (Cray Valley, Sartomer y Cook Composites & Polymers), los adhesivos (Bostik) y la química de metalización (Atotech). Apoyándose en una fuerte capacidad de innovación y en la calidad del servicio a sus clientes, el grupo comercializa sus productos, esencialmente para usos industriales en más de 55 países. La estrategia de Total en este negocio tiene como objetivo el desarrollo internacional en mercados en expansión y la introducción de productos nuevos de fuerte valor añadido. \*