



[Información.es](#) » [Dominical](#) » [Noticias de Alicante](#)

## Suscriptor

Noticias de Alicante

Noticias de Cox

# Negocios que salen del mar

De productos de belleza a complementos nutricionales, cerveza o zumos hechos con agua de mar e utilización de las algas para combustible, cada vez son más los emprendedores que aprovechan la riqueza del mar

Isabel Vicente | 22.10.2017 | 01:55

Ampollas revitalizantes, sprays nasales, productos de belleza, **biocombustible**, **algas comestibles**, zumos y patatas fritas o pizzas con agua de mar como uno de sus ingredientes. Cada día son más los productos que van llenando las estanterías de supermercados y farmacias aprovechando esa enorme fuente de riqueza que es el **mar** y que no ha hecho más que mostrar una pequeña parte de su potencial. La tecnología, la imaginación y, en muchos casos, la necesidad, están posibilitando el nacimiento de **negocios**, algunos basados en la tradición y otros novedosos, con el mar como eje principal, que se unen a las que hasta ahora son las principales actividades relacionadas con el mar, como son la pesca, el comercio, el ocio y el **turismo**. Estas nuevas oportunidades de negocio y empleo han sido abordadas en un encuentro organizado por la Agencia Local de Desarrollo que ha tenido lugar esta semana en el marco de la **Volvo Ocean Race** con la participación de varias **empresas alicantinas** que han encontrado en el mar una oportunidad de innovación y negocio.



Trabajadores de Laboratorios Quinton, que usa el agua de mar para el cuidado de la salud, la nutrición y la medicina, en sus instalaciones de Cox. INFORMACIÓN

Fotos de la noticia

Una de las más exitosas es Laboratorios Quinton, que se dedica a la preparación de agua de mar microfiltrada destinada al cuidado de la salud, la nutrición y la medicina como complementos alimenticios, sprays nasales, productos cosméticos y dermatológicos o productos de uso ocular. Esta firma fue creada en Francia en 1898 por el biólogo francés René Quinton, que supo ver y aprovechar las propiedades y los beneficios del agua de mar. La firma fue adquirida en 1996 por una familia de Almoradí que trasladó el laboratorio a Cox y sus oficinas centrales a Alicante donde permanecen desde entonces.

El director comercial de la firma, Gerardo Gómez, ha señalado que Laboratorios Quinton extrae agua de mar en zonas muy concretas de gran riqueza biológica «lo que asegura una alta biodisponibilidad de los minerales y elementos traza para que podamos absorberlos, un agua que se extrae el Golfo de Vizcaya, donde hay grandes concentraciones de plancton, y que se somete, en el laboratorio de Alicante a un complejo y exclusivo proceso de microfiltrado en frío para mantener sus propiedades y garantizar la seguridad del consumidor». En la empresa alicantina trabajan medio centenar de personas y el 80% de su producción se destina a la exportación a 24 países de todo el mundo. El producto estrella de los laboratorios es una ampolla bebible con agua de mar pura con efectos revitalizantes y mineralizantes. Comercializan productos para dolencias relacionadas con dermatología, alergias, gastroenterología, odontología, pediatría, ginecología, medicina del deporte, oftalmología y fisioterapia respiratoria.

Trip&Feel es el nombre de la empresa creada por Francisco Gracia, un campellero de familia de pescadores que, ante la crisis en la pesca, ha integrado la tradición y la cultura del mar en el sector turístico. «Venimos del sector pesquero y lo que queremos es dar una oportunidad a los pescadores para diversificar su actividad y abrir nuevas vías de negocio en el mismo sector», indica Francisco, para añadir que «hacemos de intermediarios entre los patrones de los barcos y los turistas para que éstos puedan participar en un día de pesca y luego conocer los puestos, el funcionamiento de las lonjas, la vida en el puerto, etc». Trip&Feel cuenta en la actualidad con cuatro guías turísticos que además son pescadores y hasta ahora han participado en sus actividades unas 1.300 personas. La empresa trabaja por el momento en Cagliari, en Italia, y ha empezado a funcionar en Peñíscola para después ampliar su actividad a la provincia de Alicante. Tal como ha indicado Gracia, «para poder llevar a turistas en los barcos hay que hacer una pequeña inversión que el pescador recupera en apenas un mes y medio y así no dependen exclusivamente de la pesca sino que pueden diversificar su actividad y complementar sus ingresos con este turismo marinero» que, además de poder ejercer de pescador por un día, ofrece la posibilidad de asistir a la subasta del pescado, de participar en talleres de elaboración de redes y nudos marinos o de degustar los productos que se hayan pescado ese día.

¿Imaginan una cerveza hecha con agua de mar? Pues existe, y la elabora una empresa alicantina que forma parte del holding Mediterranea Experience, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de una variedad de productos realizados con agua de mar en diferentes ámbitos como la nutrición deportiva, con una línea de productos isotónicos, geles, bebidas isotónicas, etc. Otra línea es la alimentación que incluye la elaboración de zumos y cerveza con agua de mar, agua de mar para cocinar y hasta patatas fritas de bolsa, frutos secos o pizzas en los que en lugar de usar sal común se usa el agua de mar y «realza los sabores naturales de los alimentos» tal como ha señalado Carlos Díaz Crespo, director general de Marevendis Agua de Mar, como se denomina la línea de alimentación de la empresa. Desde la firma se asegura que «el agua de nuestro mar Mediterráneo contiene la gama completa de minerales (calcio, potasio, magnesio, etc...), por lo que es capaz de aportar a los alimentos diferentes matices y sabores que no se pueden conseguir con la sal común. Con el empleo de sal común, salamos los alimentos pero enmascaramos, en parte, su sabor original. Sin embargo, preparando alimentos y bebidas con agua de mar, conseguimos realzar todo su sabor original». Otros productos de la firma se relacionan con la cosmética, dermatología e higiene bucodental, con tratamiento para la dermatitis, psoriasis, aguas miscelares, y una línea de colutorio, pasta de dientes, etc. todo con agua de mar.

Tal como relata Carlos Díaz «nuestra materia es el agua de mar que tratamos en una planta propia. Cogemos el agua del Mediterráneo y la tratamos en una planta, quitamos la parte orgánica y nos quedamos con la parte mineral. Hemos patentado el proceso del producto en España, tenemos la patente concedida en Europa y la tenemos pendiente en Estados Unidos».

«Somos de Alicante, la empresa es alicantina pero el negocio se inició en Cataluña con socios catalanes y allí está la planta de investigación. Nosotros lo compramos en 2012. Ahora tenemos la planta de cerveza en Xativa, las pipas en Paterna, la cosmética está en las Atalayas y las oficinas centrales en Alicante», señala el director general de la línea de alimentación.

El uso de las algas marinas para la creación de biodiésel es otro ámbito de aprovechamiento del mar en el que se está trabajando en la provincia, concretamente en la **Universidad de Alicante** que ha creado un dispositivo basado en el cultivo de microalgas marinas que absorbe el dióxido de carbono de la atmósfera y lo convierte en una biomasa de la que se obtiene biocombustible.

Este tipo de negocios innovadores que aprovechan la riqueza y potencialidad del mar, conviven con las actividades más tradicionales y que son fundamentales para la economía y el desarrollo de la provincia como el turismo tradicional atraído por las playas, y la pesca. En este último ámbito se han movido en los últimos años Francisco Mira y Felipe Fuster con la Llotja d'Alacant, una empresa que trabaja para la revitalización del vínculo entre Alicante y la pesca y que continúa con el espíritu de las cofradías de pescadores.

«La lonja de Alicante se creó por el vacío que dejó la cofradía de pescadores hace diez años. La cofradía desapareció y la lonja, que estaba recién inaugurada con más de 3.000 metros, se quedó inactiva», señala Felipe Fuster, para añadir que «la flota que recababa aquí se desplazó a otros puertos porque aquí ya no había subasta. Años después Paco y yo nos animamos a conseguir la concesión del edificio y al final lo logramos». La Lonja de Alicante volvió así a funcionar en febrero «y ahora recaban aquí unos 12 o 15 barcos de otras zonas como Almería, Murcia y Castellón que vienen a subastar su pesca, lo que supone volver a poner a Alicante en el mapa, y para el comprador, tener pescado del día». Por el momento, hay seis personas trabajando directamente en la lonja de Alicante «y vamos teniendo unos resultados aceptables», indica Fuster.

Un ámbito con muchas posibilidades de negocio es el deportivo. El alicantino David María Gosálbez, director de regatas y de operaciones en el mar de la Volvo, árbitro internacional de competiciones y experto en náutica, considera que «la náutica de ocio es un sector en auge en el sur de Europa porque tenemos condiciones muy buenas para la navegación y los turistas cada vez buscan más ofertas». Gosálbez cree, con todo, que «en países más pequeños como Croacia este sector está mucho más desarrollado. En las principales ciudades, Dubrovnik o Split, hay flotas enormes que están saturadas de clientes y tienen los mismos precios que nosotros», para añadir que «Alicante y Valencia están despegando pero las inversiones que se hacen y la oferta que damos no es comparable con el sur de Francia o Italia. Aquí el tipo de inversión que se ha hecho es el del empresario que ha cerrado la empresa y, como tenía un barquito, lo ha puesto en alquiler. Es el tipo de chárter que se hace, para sobrevivir». El experto en náutica alicantino cree que «el mejor modelo de empresa para el mercado español es el que tiene una combinación de expertos en náutica e inversores. Nuestra oferta no está saturada, pero la diferencia con otros países es que ahí fuera las empresas tienen mayor consistencia, son más grandes y con esos medios es más fácil acceder a ferias y darse a conocer en el mercado» además, a su juicio, «tenemos un problema con la financiación porque, para los bancos, los barcos siguen siendo un producto de lujo y tampoco hay ayudas públicas para este tipo de negocios».

En el caso de Alicante, David Gosálbez cree que «hay que regular de forma dinámica las actividades que se demandan facilitando su instalación porque, si uno quiere navegar y no se le permite en los sitios más adecuados, se marchará a otro lugar».