EUSEBIO MÉNDEZ GERENTE DE FRESHCUT

▶ Es el responsable de la división más innovadora del grupo vigués Frutas Nieves, una firma con 60 fruterías en la provincia de Pontevedra que en plena crisis apostó, con éxito, por elaborar cremas de verduras y purés de frutas listos para consumir. Su facturación supera los 20 millones de euros

«Los productos de Galifresh viajan ya a Brasil, Corea del Sur o Israel»

POR: **M. NIETO (AGN)**

EL NEGOCIO familiar de los Gayar camina hacia su cuarta década de vida dedicado a la comercialización de frutas, verduras y hortalizas. Primero con la venta al por mayor, después tejiendo una red de tiendas y desde hace unos siete años con productos preparados presentes en los lineales de muchos supermercados bajo la marca Galifresh. Su actividad da empleo a más de un centenar de personas.

La facturación del grupo aumentó más de un 50% en la última década. ¿Cuáles han sido las claves para crecer incluso durante la recesión?

El volumen de negocio superó el año pasado los 20 millones de euros. El crecimiento ha sido lento pero constante. La familia fundadora siempre ha tenido visión para este tipo de negocio, que ha ido avanzando pese a la crisis. Frutas Nieves tiene en la actualidad unas 60 tiendas, prácticamente todas en régimen de franquicia y ubicadas en la provincia de Pontevedra. Esta red de fruterías se complementa con Freshcut, la empresa del grupo dedicada a la elaboración de productos a partir de fruta, verduras y hortalizas que aporta la I+D.

Freshcut nació entre 2011 y 2012, cuando la economía vivía horas bajas, fruto de una casualidad.

Así es. Frutas Nieves suministra a hoteles, restaurantes y cafeterías, y uno de nuestros clientes, un hospital, nos pidió si le podíamos preparar un puré de frutas porque se les había estropeado su obrador. Lo hicimos y les gustó tanto que decidieron que querían que nosotros lo siguiéramos elaborando. La empresa buscó los envases adecuados y les puso la etiqueta de Frutas Nieves. La sorpresa llegó cuando la gente empezó a preguntar en las fruterías por la compota que había consumido en el hospital. Fue entonces cuando la compañía vio que había un nicho de negocio y se empezó a fabricar para vender en los supermercados. De ahí viene lo que hoy es Freshcut y su marca Galifresh. Nació como centro especial de empleo fruto de un acuerdo con la Confederación Galega de Persoas con Discapacidade, que después decidió desvincularse de proyecto.

¿Cómo marchan sus ventas?

Factura sobre 1,5 millones de euros anuales. Es una pequeña parte del volumen de negocio de Frutas Nieves, pero está creciendo de forma importante, a un ritmo superior al 15%. Aporta investigación y desarrollo de nuevos productos al grupo. Trabajamos, por un lado, con frutas, verduras y hortalizas lavadas y listas para consumir. La otra gama la integran purés de fruta de seis sabores y alguno más en cartera que lanzaremos pronto; sopas y cremas de verduras; gazpacho o untables vegetales, como un hummus tradicional, otro con piña, patés de berengena y calabacín, y dos nuevos sabores: olivada y sobrasada vegana, con los que hemos recibido el Premio al Producto Innovador 2019 concedido por el Clúster Alimentario de Galicia.

La oferta va a más, ¿qué será lo próximo de Galifresh que podremos encontrar en los supermercados?

Tenemos montones de ideas en la cabeza y siempre hay proyectos en marcha, aunque muchos se quedan en el camino por ser irrealizables o por los costos, pues tenemos que trabajar dentro de un baremo de precios. Hay una iniciativa en desarrollo que son los pimientos de Padrón prefritos. Quizás no para Galicia, pero para el resto de España y del mundo. La idea es que estén listos para consumir solo con calentarlos en el microondas. En esa línea hemos lanzado hace poco acelgas a la gallega ya preparadas y grelos con patata natural o ajada.

Algunos productos de Freshcut viajan fuera. ¿A qué mercados van?

Lo que estamos exportando son purés de frutas, porque no necesitan frío y aguantan así ocho meses. Eso nos permite salir al extranjero sin problema y en la actualidad estamos en Brasil y en Corea del Sur, donde tenemos como cliente a la mayor cadena de supermercados coreana. Hacemos envíos también a Israel y alguno pequeño a Chile por medio de un cliente nuestro que vende allí. Y tenemos la posibilidad de enviar pronto nuestro producto a Canadá. Ahora contamos con un obrador pequeño que no nos permite tener las certificaciones que requieren algunos mercados, como el anglosajón o el canadiense. Pero estamos inmersos en la puesta en marcha de unas nuevas instalaciones. Ya tenemos el espacio y ahora estamos con los presupuestos y la parte técnica. Una vez que nos cambiemos, el reto será crecer en exportación. Los mercados español y europeo son maduros, los supermercados están llenos de purés o sopas, pero hay otros en desarrollo muy interesantes para nuestro negocio.

La sociedad está cada vez más preocupada por lo que come y vuestra oferta encaja en esa corriente.

Hoy en todo el mundo hay una tendencia clara a la alimentación saludable, lo ves aquí, en Europa, en Corea o en Brasil. Estamos en esa línea y tenemos que aprovecharlo. Nuestra filosofía es siempre la misma: producto 100% natural, materia prima gallega, sin conservantes ni colorantes y bajo en sal.

El consumo de las familias es uno de los elementos que están tirando de la economía. ¿Se nota también en la alimentación o la subida de los precios retrae la demanda?

Nosotros vamos creciendo, Frutas Nieves con avances pequeños pero constantes, que es importante en una empresa consolidada, y Freshcut con más intensidad, aunque también parte de mucho más abajo.

¿Cuántos empleados tiene el grupo?

Superamos los 100 trabajadores en todo el grupo, de los que unos 40 forman parte de Freshcut y más del 70% tiene alguna discapacidad.

Como empresarios, ¿temen que la economía española pueda pasar de la desaceleración a otra recesión?

No nos atrevemos a hacer predicciones de macroeconomía, es difícil. Creo que ahora mismo hay miedo. Ha habido una crisis muy potente, la gente ha visto una realidad que no habíamos visto, y se junta todo, una situación nueva con un mercado más inestable y el miedo de la gente a que pueda volver el lobo.

¿Las empresas familiares tienen un plus de resistencia?

Tienen dificultades en algunos aspectos, pero un elemento que juega a su favor es que en ellas se pueden acometer modificaciones sobre la marcha de una manera más sencilla, pues la cadena para la toma de decisiones es más corta. Se genera un problema y rápidamente buscas una solución. Somos una empresa ágil y eso nos ha ayudado a mantener el crecimiento.

Eusebio Méndez. EP

> Tomar decisiones de forma ágil ha ayudado al grupo a crecer incluso en la crisis. Un reto ahora es reforzar la exportación»

Más de 30 años de historia y dos generaciones

El empresario cañicense Agustín Gayar Lourido fue el impulsor del grupo Frutas Nieves en 1983. Su trayectoria comenzó como mayorista de frutas, verduras y hortalizas frescas en Vigo para, unos años después, abrir la primera frutería en la ciudad olívica, una tienda que sigue operativa en la calle García Barbón. Ese fue solo el inicio de una senda de crecimiento en dimensión, magnitudes económicas y líneas de negocio. El fundador falleció en 2015 tras desplegar un modelo empresarial con el que el grupo enfrentó la crisis sin caer y hoy llevan las riendas sus hijos Armando y Nieves.

Diversificación

Además de la red de fruterías, el grupo con base en el parque tecnológico de Valladares tiene una flota propia de transporte y es propietaria de la marca Galifresh, a través de la que comercializa una gama cada vez más amplia de productos elaborados: desde purés, sopas y cremas, a novedosos untables vegetales o platos tradicionales como los grelos. Se elaboran desde un pequeño obrador que pronto cambiarán por unas instalaciones más amplias.

70%

Es la proporción de trabajadores de Freshcut que tienen alguna discapacidad y logran a través de la firma su inserción.