LOCAL | Entrevistas

"Queremos llegar a mercados exigentes en la calidad"

Rafael del Rosal, gerente de Patatas San Nicasio

Rafael Cobo Calmaestra
Miércoles 1 de febrero de 2012 - 12:01



Gracias a la calidad de su producto, la empresa de Rafael del Rosal, Patatas San Nicasio, se ha consolidado como una de las sociedades de alimentación de nuestra provincia con mayor proyección internacional.

-¿Cuándo surge Patatas San Nicasio?.

-Hace unos doce años. Mi mujer y yo trabajábamos en Barcelona, ella en una empresa de persianas y yo de mozo de almacén en una industria química, pero debido a la monotonía de nuestros empleos y en parte a mi inquietud, decidimos trasladarnos a Priego y poner en marcha una empresa de cátering, aunque luego, por diversos motivos empezamos con una churrería. Por la tarde, en el quiosco que adquirimos, comenzamos a freir patatas y luego vino todo rodado, ya que compré la maquinaria a una antigua empresa local de patatas fritas, la adapté, mejoré y desde ese momento hemos ido evolucionando.

-¿Por qué la patata y no otro producto, pese a la existencia de un importante número de empresas dedicadas al sector de los snacks?.

-Simplemente porque creo que era y es mejorable. En estos momentos, el mercado se está dividiendo cada vez más en productos baratos, no malos, pero que utilizan materias primas económicas, y productos más exquisitos, en los que se utilizan materias primas de mucha más calidad y el procedimiento de elaboración más artesano o que se diferencia en algo de la competencia. La patata frita te permite introducir ese elemento diferenciador, esa mejora en las materias primas y en la elaboración.

-En sus inicios tuvo la posibilidad de convertirse en marca blanca de gran almacén pero desestimó esa oferta. ¿Por qué?.

-Aunque las cifras de producción que me ofrecieron aún son apabullantes, tenía claro que no quería trabajar para otro, y sobre todo, que controlasen una gran parte de mi producción, con el riesgo añadido de que cuando dejasen de comprarme, no tener mercado propio. Opté por seguir poco a poco, por mi cuenta, con mucho esfuerzo y horas de trabajo, y creo que fue una decisión acertada

-En alguna ocasión ha comentado que ha tenido mucha "suerte" en su negocio.

-Más que suerte, creo que he trabajado duro durante años, hemos hecho las cosas bien, se ha consolidado el producto gracias a la calidad y, por qué no decirlo, se han dado una serie de combinaciones que me han permitido contactar con importantes clientes, que han introducido mis patatas en un buen número de países del extranjero.

-¿La apuesta por productos tan exclusivos como el aceite de oliva virgen extra y la sal rosa del Himalaya puede ser una de las claves del éxito de su producto?.

-Son dos elementos diferenciadores, tanto que hemos sido innovadores al ser la primera empresa del mundo, que yo conozca, que en el envase hace alusión a sus proveedores de aceite y sal, de la que tenemos la exclusiva, a nivel mundial, para su utilización en nuestras patatas fritas.

-Junto a su exótico nombre, ¿por qué utiliza sal rosa del Himalaya?.

-Como buscamos la excelencia, probamos muchas sales y nos decantamos por ésta, al tener unas propiedades muy particulares, entre ellas que tiene 73 minerales, algo de lo que carece la sal marina, e igualmente es baja en sodio, algo que es beneficioso para los hipertensos.

-Pese a la actual situación de recesión económica, tiene en mente la construcción de unas nuevas instalaciones y con ello la ampliación de su producción?.

-Llevamos varios años con esta idea. En un principio nuestra intención era quedarnos en Priego, por lo que estudiamos varias posibles ubicaciones que luego, dado el precio que nos pedían por los terrenos, eran inasumibles. Se planteó la posibilidad de adquirir una parcela junto a la A-339, cerca de Carcabuey, que finalmente será la ubicación de las nuevas instalaciones, aunque nuestra razón social permanecerá en Priego.

-¿Cuenta con algún tipo de subvención procedente de las administraciones, para llevar a cabo esas nuevas instalaciones?.

-El GDR de la Subbética nos ha concedido una subvención histórica, alrededor de 405.000 euros, cuando el tope de este tipo de ayudas estaba en 200.000 euros. Creo que cuando ante una administración defiendes un proyecto de estas características y sobre todo crees ciegamente en él, ellos se implican.

-¿Cuánto destina a la exportación?.

-Aproximadamente el 30% de la producción, estando presentes en Japón, Alemania, Italia, Francia, Estados Unidos (Miami y New York), e Inglaterra, en los prestigiosos almacenes Harrods y en la cadena de supermercados Waitrose.

-¿Qué requisitos ha de cumplir un producto como el que usted elabora para poder ser exportado?.

-Si quieres, aunque no sea muy ético decirlo, ninguna. Pero como nosotros queremos llegar a mercados exigentes en la calidad que demandan una serie de pautas, hemos ido evolucionando en temas como el envasado, estando ahora en el proceso de implantación de las normativas de calidad BRC, para el mercado inglés, y la IFS para el alemán, que gracias a que son muy estrictas, nos permitirán estar en todo el mundo.

-Otro de los aspectos en los que su producto es "exclusivo" es en el envase.

-Las directrices que nos marcaban la exigencias del mercado exterior, apostando por llevar siempre las mejores prestaciones del producto al consumidor, pasaba por eliminar la luz de la patata. Aprovechando esta circunstancia, apostamos por un diseño novedoso, con una entidad propia y personalizada.

-¿Junto a las nuevas instalaciones y la ampliación del mercado exterior, en qué otros proyectos está trabajando?.

-Estamos trabajando con otros productos vegetales, como la zanahoria, batata, remolacha o yuca, entre otros, algo que en estos momentos está muy de moda gastronómicamente y que, desde mi punto de vista, puede ser mejorable.