



Entrevista a Diego Ursúa,  
director de Venta Industrial & Food Service del Grupo Alimentario IAN

# "Ofrecemos platos saludables, ricos, de calidad y ya listos para hacer la vida más fácil al hostelero"

Grupo Alimentario IAN es referente de conservas vegetales y pionero en la elaboración de platos preparados. Cuenta con diversas marcas, destacando su marca Carretilla, líder del mercado nacional de espárragos y también de platos preparados. Actualmente, la compañía se dirige a diferentes mercados: Gran Consumo Nacional, Exportación, Restauración Fuera del Hogar y Venta Industrial. Conversamos con Diego Ursúa, director de Venta Industrial & Food Service.

El origen de Carretilla, una de sus marcas más conocidas del grupo, se remonta al año 1875. ¿Qué ventajas y desventajas supone el hecho de ser una empresa centenaria?

Todo han sido ventajas. Desde nuestros orígenes, Carretilla se ha posicionado en la mente del consumidor como una marca sinónimo de tradición, calidad, naturalidad, garantía, sabiéndose adaptar a los tiempos y sin perder su esencia, por ello hoy es considerada como un referente en conservas vegetales y platos preparados.

Hoy más que nunca el consumidor valora a las marcas centenarias con tradición e historia porque en alimentación son sinónimo de confianza.

Las conservas y, especialmente, los platos preparados a veces no han tenido muy buena prensa. ¿Por qué ocurre esto? ¿Cree que se trata de una idea errónea?

La conserva vegetal, no tanto. Este concepto está ya muy interiorizado en este sector y está aceptado, pero sí que es cierto que en los platos, y especialmente en sus inicios, no han tenido buena

prensa. Por este motivo, desde Carretilla hemos trabajado muy duro para ofrecer platos saludables, ricos, y de calidad y que, además, proporcionen al restaurador el concepto commodity, aspecto muy demandado en la actualidad. Gracias a su proceso exclusivo, Carretilla consigue en todos sus platos un sabor natural e intenso, manteniendo al máximo la textura, color, aroma y propiedades nutricionales durante toda su vida útil. Todo ello gracias a la tecnología más innovadora, a envases tecnológicamente avan-

**“La hostelería supone el 28% de la facturación del grupo en valor. Los productos más demandados por el hostelero son aquellos que sustituyen las labores más rutinarias de la cocina”**

zados y a ingredientes de primera calidad. Gracias a nuestros diferentes lanzamientos, Carretilla ha demostrado que se puede ofrecer una carta saludable y variada con una amplia gama de recetas: verduras, pasta, arroces, ensaladas, carnes, cremas, sopas... Además, nuestras recetas son elaboradas de forma equilibrada y no añadimos conservantes. Asimismo, el contar con este tipo de productos permite al restaurador muchas ventajas: calidad y homogeneidad en todos los platos; sabor casero; seguridad, gracias a los estrictos controles de producción; ahorro en costes y en tiempo en cocina, gracias a la practicidad de los envases, fáciles de manipular; un formato idóneo para la hostelería (bandeja Gastronorm); perfecto control de los costes y escandallos por ración; facilidad y rapidez en los inventarios; y menos roturas de stock por falta de producto.

**¿Cómo se adapta su empresa a la tendencia de alimentación sana?**

Contamos con un know-how y experiencia consolidada a lo largo de todos estos años, gracias a nuestro proceso de elaboración exclusivo que mantiene las propiedades del producto sin añadir conservadores. También empleamos envases tecnológicamente avanzados e ingredientes de primera calidad en todos nuestros productos con la garantía de marca y calidad de Carretilla, que

cuenta con una tradición centenaria como especialista en espárragos y verduras, además de su posicionamiento como marca “saludable” en la mente del consumidor.

**¿En qué momento y por qué, el Grupo Alimentario IAN decide apostar por el canal food service?**

Con la conserva llevamos desde siempre, pero en el caso de los platos preparados nos adentramos en 2010, ya que lo considerábamos un mercado muy importante en donde Carretilla podía aportar soluciones y facilitar la labor del hostelero. Ese mismo año lanzamos nuestra primera gama de platos preparados para el canal de hostelería en Bandejas Gastronorm. Son aptas para horno y ofrecen al sector de la restauración platos tradicionales ya listos, fáciles de manipular y rápidos de emplatar, que se calientan en la propia bandeja. Se conservan a temperatura ambiente y tienen una vida útil de 6 meses, por lo que su coste final por ración resulta muy competitivo para el sector hostelero. Además, ofrecen un ahorro superior al 30% frente a una elaboración en cocina. En la actualidad, contamos con un catálogo de más de 60 recetas para este canal.

Actualmente, ¿qué peso representa el cliente del sector de la hostelería para su empresa? ¿Qué tipo de

**productos son los más solicitados?**

La hostelería supone el 28% de la facturación del grupo en valor. Los productos más demandados por el hostelero son aquellos que sustituyen las labores más rutinarias de la cocina y, a su vez, participan o son en sí recetas de barra y/o de comedor/menú. Por otro lado, el consumidor final está cada vez más concienciado por su salud, demanda productos sanos y naturales y, a la vez, que se adapten a su actual estilo y ritmo de vida. También busca otros sabores más sofisticados y que lo transporten a otras culturas. Esos mismos valores son los que transmite la marca Carretilla: aporta platos saludables, ricos, de calidad y ya listos para hacer la vida más fácil al hostelero.

**¿Cómo definiría el cliente del canal hostelería? ¿Cuáles son sus prioridades en el momento de escoger un producto u otro?**

El restaurador demanda productos con una buena relación calidad/precio, más naturales, más saludables, más sofisticados (gourmet, étnicos, etc.), y que aporten la máxima comodidad y practicidad.

**¿Qué productos han añadido a su catálogo en los últimos meses?**

Con la irrupción y expansión de la gastronomía veggie, Carretilla, como especialista en verduras desde 1875, ha conseguido dar respuesta con una variedad de recetas. Este año, la marca ha lanzado al mercado dos nuevas referencias que se suman ya a un catálogo de 20 referencias: Salteado de Verduritas con Quinoa,



y la Lasaña de Verduras y Soja. Por otro lado, y tras el éxito y aceptación de las recetas actuales de carne de Carretilla, la marca ha ampliado su recetario con 3 nuevas referencias, contando ya con una amplia gama de platos de carne: Carretilleras, Albóndigas de Pollo, y Rabo de Toro.

**La innovación en el sector alimentario es una constante. ¿Cómo afrontan desde el Grupo Alimentario IAN este reto?**

Para Grupo IAN, la innovación supone una estrategia de desarrollo clave para el crecimiento de la compañía. Contamos con un departamento específico corporativo de I+D+i que dirige los procesos de innovación sobre cada una de las

plantas industriales que, a su vez, están especializadas en una determinada gama de productos específicos: conservas de verduras, aceitunas, tomates, salsas, platos preparados, etc. Este departamento lidera el Comité de Innovación, formado por un equipo interdisciplinar que orienta los proyectos de desarrollo a partir de las necesidades del restaurador, así como de las actuales tendencias de mercado. Los productos de innovación se desarrollan en una planta piloto que permite afinar las características del producto y del proceso antes de pasar a la producción a mayor escala. Cada año sorprendemos al mercado con nuevas referencias y lanzamientos adaptados a sus gustos y necesi-

dades. Nuestros clientes quieren novedades y Carretilla es una de las marcas más innovadoras y activas de la categoría.

**¿Cuáles son los principales retos del Grupo Alimentario IAN para los próximos años?**

Los desafíos futuros pasan por un crecimiento sostenible, adaptarnos a las necesidades y demandas del mercado y continuar potenciando la marca Carretilla mediante la innovación, la calidad y la sostenibilidad.

