

Compre y Compare SA. Grupo Celorrio

Calidad y variedad en conservas



Con más de medio siglo de andadura, Celorrio es uno de los principales grupos empresariales con dedicación al mundo de las conservas. A lo largo de este tiempo, la calidad de sus productos, el servicio, la atención al cliente y sus competitivos precios han permitido que goce de un gran prestigio y reconocimiento en su sector. Referente en conservas de frutas y vegetales, ahora lo será también en conservas de pescado y marisco, tras su adquisición en 2013 de la marca Miau.

La historia de Conservas Celorrio es la de una empresa familiar riojana que ha ido evolucionando y creciendo con los años hasta formar un conglomerado empresarial con sociedades en España y en el otro extremo del mundo.

Celorrio nace hace 54 años de la mano de Ángel Celorrio, un pequeño agricultor cuyo espíritu emprendedor le llevó a desplazarse desde Soria hasta La Rioja, viendo la necesidad que tenían las pequeñas fábricas de la zona de comercializar sus productos. Junto a su hijo, Félix Celorrio, que entonces tenía solo 14 años

y hoy es el gerente de la empresa, acercaban con su camión el producto a la zona de Castilla, País Vasco y Aragón. La calidad de los productos que vendían hizo que su actividad poco a poco fuera creciendo y que al cabo de unos años abrieran un almacén situado en Calahorra (La Rioja), donde establecieron su centro de operaciones.

El esfuerzo, trabajo y la calidad del

equipo humano del que se fueron rodeando fueron claves en el crecimiento de esta empresa, que volvía a dar un paso adelante a principios de los 80, construyendo una fábrica de conservas en Milagro (Navarra).

Con el paso del tiempo, se adquirieron y crearon nuevas fábricas, como las de Tauste, Valdivia, Logroño y China,

lo que desde entonces ha permitido a Celorrio gestionar de forma integral el producto, desde que sale del campo y hasta que llega al cliente, vigilando todo el proceso de elaboración y realizando un seguimiento exhaustivo de la calidad del producto, así como de la prestación del servicio.

“Esta gestión integral de calidad, la preocupación por el servicio y, sobre todo, nuestro equipo humano, es lo que nos hace diferentes y especiales, lo que nos ha llevado hasta donde hoy nos encontramos y lo que nos hace enfrentarnos con cariño e ilusión hacia un futuro esperanzador, siguiendo siempre nuestro lema: calidad, servicio y precio para nuestros clientes”, asegura el gerente de Grupo Celorrio.

Un grupo globalizado

Aspecto clave en el crecimiento de Grupo Celorrio ha sido la globalización de la empresa, que para ello ha realizado una fuerte apuesta por la inversión en China, para el desarrollo de nuevos productos. El objetivo: poder ser competitivos en precios, garantizando la máxima calidad. “Hubiera sido más sencillo bus-



car una Joint Venture con una empresa China o comprar a otros proveedores, pero las altas exigencias de nuestros clientes y nuestro compromiso de calidad y trazabilidad de productos nos hizo des-

cartar cualquier otra opción que no fuera el desarrollo y control propio de nuestras plantas (3 en la actualidad). Hoy podemos afirmar satisfechos que no nos equivocamos, ya que hemos podido au-



Entrevista JOSÉ LUIS MONZÓN DIRECTOR COMERCIAL
CONSERVAS DE PESCADO MIAU

“Como siempre MIAU y con la calidad de siempre”

El grupo Celorrio adquirió la marca MIAU a mediados del año 2013 y en un escaso periodo de tiempo se ha creado una infraestructura de fabricación con un catálogo de más de 70 referencias. A principios del 2014, se comercializan las gamas básicas (calamares, sardinillas, mejillones, berberechos, atunes, etc.) y, a finales de 2014, se completa el catálogo con su producto más emblemático: SARDINA ENVASADA EN FRESCO.

¿Qué gama de conservas de pescado ofrece actualmente MIAU al mercado? ¿Han conservado el portfolio que la empresa tenía en su etapa anterior?

El catálogo de productos de la marca MIAU se compone de un surtido con más de 100 años de experiencia y muy bien aceptado por el mercado español.

Poco teníamos que inventar, por ello, nuestro primer objetivo ha sido devolver al mercado, no solo toda la gama que siempre ha comercializado MIAU, sino también aumentando con nuevas gamas, como Foodservice (hostelería y catering). También hemos completado la gama de pescados azules y cefalópodos (jurel, aguja, tacos, etc.). En consecuencia, el consumidor va a poder disfrutar de los productos MIAU en toda su extensión y con la calidad de siempre.

Mejillones, berberechos, zambruniños... ¿De dónde proceden los productos que envasan?

La marca MIAU siempre ha seleccionado muy rigurosamente la procedencia de todos sus pescados y mariscos.

Los productos que envasamos son siempre de las procedencias de mayor calidad y que tienen los procesos de pesca o laboreo tradicionales que miman la materia prima, factor clave para obtener un producto envasado final de la más alta calidad. Mejillones de la Ría Gallega, Berberecho de Ría recogido a mano y envasado en fresco.

Precio, calidad... ¿Cuáles son las prioridades de la marca, una vez adquirida por Grupo Celorrio? ¿Qué características definirán a partir de ahora a los productos MIAU?

Notenemos más que un objetivo y es el de devolver al consumidor español, como mínimo, esa calidad de producto, que le ha hecho comprar los productos de la marca MIAU durante más de 100 años.

Las personas que llevamos más de 25 años comercializando la marca MIAU, integradas ahora en el grupo Celorrio, sabemos que el principal objetivo de la marca era proporcionar la mejor relación calidad-precio. Es decir, aportamos al mercado y al consumidor la mejor calidad del mercado, pero con un precio competitivo, concepto éste que está totalmente armonizado con

las tradicionales políticas del grupo Celorrio.

¿Qué ha supuesto la reapertura de MIAU en la zona? ¿Qué objetivos de posicionamiento buscan sus productos en el lineal?

Antes del lanzamiento de la marca, aparte de los estudios de mercado realizados, nos fueron muy útiles los informes y comentarios de grandes conocedores y profesionales de la distribución alimentaria en España, que nos confirmaron que el nicho de mercado ocupado dejado por la marca MIAU no había sido ocupado por ningún otro fabricante.

Es decir, esa relación calidad-precio, que es nuestro principal objetivo, no ha sido cubierta por otros fabricantes. Por tanto, nuestro fin es llegar a esa cuota de mercado, que es la que aporta al consumidor las calidades que han visto desaparecer de sus mesas, en parte por la proliferación de las marcas de distribución, donde el principal objetivo es siempre el precio. Estamos hablando de pescados y mariscos y a nadie se le escapa que son materias primas con unos costos, por la propia materia prima y por su manipulación, superiores si se quiere envasar calidad.

Entrevista IGNACIO AMATRIAIN ORDÓÑEZ
DIRECTOR COMERCIAL GRUPO CELORRIO

“CELORRIO, todo en conservas”

D. Félix Celorrio empezó hace más de 50 años, lo que hoy continua siendo una empresa familiar, como en sus inicios, con la misma vocación y un objetivo de crecimiento y diversificación para poder llegar a sus clientes y consumidores con toda una gama de conservas de fabricación propia.

¿Grupo Celorrio es una empresa vertical? ¿Controla la calidad de sus productos del campo a la mesa?

Hoy podemos decir que el Grupo Celorrio es una empresa vertical puesto que partiendo de la comercialización se ha integrado hacia atrás en fabricación primero, y posteriormente, en campo. Hoy contamos con 6 fábricas dedicadas a la conserva vegetal además de una pequeña bodega de vino.

Unido a nuestro crecimiento, hemos ido participando en la producción de nuestra materia prima en campo con el fin de poder nos garantizar una estabilidad tanto en precios como en volumen que nos ayude en proyectos futuros. Posteriormente hemos comprobado que el mercado ha valorado positivamente estas decisiones de futuro.

Empezando por el campo con técnicos propios o colaborando con nuestros proveedores de materia prima, vamos controlando los distintos parámetros de calidad que nos ayudan a fabricar

nuestros productos bajo los estándares establecidos.

En fábrica, cada unidad productiva con su personal dedicado a calidad tanto en producción como en propio control de calidad de producto final.

Una vez cerrado del proceso productivo se realiza un último control de calidad antes de su comercialización.

¿Qué gamas de producto ofrecen al mercado? ¿Comercializan con diferentes marcas?

Siendo nuestra marca principal “Celorrio”, comercializamos otras marcas propias como El Pilar, Napal, El Encierro, Mimo, Verdugal. Adaptándonos a los nuevos tiempos fabricamos también nuestros productos para las marcas de distribución del cliente.

¿Cuál es el secreto de una buena conserva vegetal? ¿Cómo ha trabajado, en este sentido, Grupo Celorrio su valor diferencial?

El secreto, como en la conserva de pescado, es la materia prima, de

ahí que contemos con fábricas propias en zonas productivas, para poder ofrecer la mejor calidad y relación calidad-precio. Primamos la competitividad pero cuidando sobre todo la calidad.

¿Por qué creen que el consumidor elige sus conservas vegetales?

Por esta relación calidad-precio que venimos ofreciendo a lo largo de toda nuestra trayectoria.

Innovación, calidad, competitividad, ampliación del catálogo... ¿Qué aspectos van a trabajar más de cara al futuro?

La apertura a nuevos mercados y seguir adaptándonos a sus exigencias, manteniendo intacta nuestra política de calidad y precio.

También, fortalecer la fabricación de nuevos productos, aquellos que marcan la tendencia del mercado y las necesidades que nuestros clientes nos indican, como son platos preparados, envases innovadores, salsas.

mentar nuestra cartera de clientes a la vez que ofrecer productos con la calidad acostumbrada y desarrollar nuevos productos y mercados”.

Control integral de los procesos

Grupo Celorrio trabaja para poder ofrecer el mejor producto, con calidad, precio y servicio ajustado a las necesidades del consumidor final. Al inicio de su trayectoria únicamente comercializaba pero con el paso del tiempo la empresa se dio cuenta de que

era necesario ir realizando un proceso de integración vertical, pasando de comprar mercancía y reetiquetarla a fabricar sus propios productos. Hoy Grupo Celorrio cuenta con 7 fábricas propias, que producen el 80% de su cartera de productos.

Un Grupo que sigue creciendo

La expansión de Grupo Celorrio sigue desplegándose, en los últimos años con la adquisición de empresas que hoy tienen una segunda oportunidad. Es el caso

de Unfasa, una de las empresas conserveras más importantes a nivel nacional, con planta en Falces, Navarra que permitirá a Celorrio potenciar su negocio de tomate.

Con la adquisición de la bodega Cepas de Castilla, situada en Burgos, Celorrio se lanza a la producción de vinos con D.O Ribera de Duero atendiendo de este modo la demanda y necesidades de sus clientes.

Además, a finales de 2013 el Grupo Celorrio adquirió la marca MIAU, un nuevo ejemplo que ha

de evidentes las directrices que la dirección de este grupo conservero riojano tiene marcadas desde hace años, en cuanto a aportar al sector de la distribución y al consumidor español, productos con un alto nivel de calidad.

De la mano de Celorrio, la marca MIAU está mejorando día a día la calidad de sus fabricados y “estableciendo un alto nivel de exigencia, que empieza por un riguroso control de calidad de los mariscos y pescados que envasamos, así como de todos los procesos de elaboración posteriores,

utilizando siempre la tecnología alimentaria más adecuada. Todo ello da lugar a productos de gran calidad, además de sanos y apetitosos, que en definitiva es lo que ha distinguido a la marca MIAU durante más de 100 años”, afirma Félix Celorrio. La confirmación del correcto camino emprendido es la excelente acogida a todos los niveles de los productos de la marca que, “con su nuevo packaging pero con su calidad de siempre está volviendo a cautivar a los consumidores españoles. Nuestro agradecimiento a todos los clien-

tes y colaboradores que han confiado y siguen confiando en la marca MIAU y también a todos los que desde hace más de medio siglo confían en todas las conservas de Grupo Celorrio. Estamos convencidos de que no les vamos a defraudar”, concluye el responsable de la compañía.