

Funds Meeting
Bilbao - 2 de noviembre 2016

Expansión | Telefónica | BBVA | Santander | Bankia

Solicitud de invitación:
www.eventosue.com/FundsMeetingBilbao

61029

8 423793 120007

Código Expansión

ENTRE EN: www.orty.com/orty/les/orty y podrá acceder hoy con este código a **Expansión en Ortly**.

C#H2LPEB90

DE CERCA **Pedro Mestanza**
Director general de Ahumados Domínguez

“La esencia de la empresa familiar es la experiencia”

Los aciertos y los errores de su abuelo y su padre marcan su estándar de calidad. Pedro Mestanza sabe que sus decisiones influirán en el futuro de toda la familia.

Ernela Vaña, Madrid
Su abuelo abrió un banco de salmones en la madrileña calle Tetuán en los años 50. ¿Un banco de qué...? “La gente depositaba un salmón fresco y a cambio se llevaba una cantidad de producto ahumado. No había neveras en las casas y era un sistema de conservación. A los que iban con el salmón fresco se les abría una cartilla en la que se apuntaban las entradas y salidas de producto. Mi abuelo cobraba por ese trabajo una pequeña comisión en especie, algo que le permitía vender a otros clientes que llegaban sin salmón”, recuerda Pedro Mestanza. Estos fueron los inicios de una empresa que hoy es sinónimo de calidad. Sin embargo, fue su padre, José Mestanza Domínguez, el que cambió el destino de la compañía. “El Jefe vendió su Vespa con 17 años y se fue a Asturias con las 7.250 pesetas que le dieron. Se propuso popularizar un producto que poca gente comía en España”. El precio del kilo de salmón ahumado era tan caro que costaba el equivalente a 800 euros actuales. Era el año 1960.

—¿Loco?
Mi padre es una persona especial. Invertió todo su dinero en la construcción de un horno para ahumar el producto. Como era muy caro, empezó a hacer anchoa ahumada. El kilo de bo-

“Durante la elaboración hay 65 puntos críticos y ningún trabajador conoce lo que hace otro. Sólo tres personas sabemos la receta”

querón costaba cuatro pesetas y lo vendía a cincuenta pesetas. Así obtuve dinero suficiente para seguir invirtiendo en salmón, un producto que costaba mucho vender.

—Para popularizar el producto, su padre lo introdujo en restaurantes.

En la mayoría no sabían servirlo, lo pasaban por la sartén, lo cortaban mal, lo conservaban en hielo... Mi padre tuvo que enseñarles todo y así fue como consiguió que la gente se acostumbrara a comerlo. Hoy más de 11.000 restaurantes tienen nuestro salmón en la carta.

—La innovación marca la historia de Domínguez. ¿Siguen apostando por ella como su padre o su abuelo?

Está en nuestro ADN. Nada en la historia pasada y futura de la empresa se puede entender sin ella. Hemos inventado productos, como el bacalao ahumado, o envases que después nos han copiado. Pero también hemos cometido muchos errores. Sabemos

que la historia de las empresas familiares se escribe desde la experiencia. —Su padre dice que el salmón más difícil de vender fue el primero y que el siguiente es el 1.000.001.

Vendemos 505.000 kilos de salmón ahumado y más de 100.000 kilos de otros productos (bacalao, trucha o boquerones en vinagre). Todos los días hay que pelear las ventas. El salmón es un producto más o menos conocido, pero aún queda mucho por hacer. Un 20% de los consumidores sólo lo comen en una celebración y la mayoría no identifican una marca. Habráis oído decir a mucha gente “no me gusta el salmón” porque ha probado uno que no le agradaba, pero es una expresión injusta porque cada productor lo elabora de forma distinta y el sabor no es comparable.

—Dicen que aromatizan y no ahuman. ¿Tienen la receta bajo llave?

Durante el proceso de elaboración, que sigue siendo fundamentalmente manual, hay 65 puntos críticos y ningún trabajador conoce lo que hace otro. Sólo tres personas sabemos la receta de nuestra marca.

—¿Salmón noruego o escocés?

El origen no es determinante. Lo importante es la calidad del producto en fresco. Compramos al mismo productor desde hace más de 30 años y



Pedro Mestanza, de 47 años, es el director general de Ahumados Domínguez, una empresa madrileña que factura 18 millones y que emplea a más de 200 personas.

lo pesca en las dos zonas. Lo difícil y lo bonito es darle al cliente la misma calidad cuando cada pieza es distinta. Todos los días cambiamos procesos de elaboración porque aspectos como el tamaño del animal, la grasa que tiene o la temperatura ambiente influyen en su calidad. El cliente no entendería que ésta fuera distinta.

—¿Exportan salmón ahumado?
A Portugal, República Checa, Italia o Colombia, pero es complicado porque el producto debe llegar en perfectas condiciones. A muchos distribuidores no les vendemos porque quieren congelarlo. El apellido Domínguez no se congela, pondríamos en riesgo la historia de toda la familia.

EL TIEMPO

MÁXIMA	MÍNIMA
27	8
Tenerife	Valladolid

ESPAÑA

Ciudad	Máx.	Mín.	Condición
A Coruña	22	14	Despejado
Barcelona	21	14	Despejado
Bilbao	24	11	Despejado
Madrid	22	12	Despejado
Málaga	23	19	Despejado
P. Mallorca	24	12	Despejado

Ciudad	Máx.	Mín.	Condición
Sevilla	27	16	Despejado
Tenerife	27	20	Despejado
Toledo	22	12	Despejado
Valencia	23	13	Despejado
Valladolid	24	8	Despejado
Zaragoza	22	10	Despejado

EUROPA

Ciudad	Máx.	Mín.	Condición
Amsterdam	15	10	Nuboso
Berlín	11	8	Nuboso
Bruselas	16	6	Nuboso
Estocolmo	8	5	Despejado
Ginebra	15	6	Despejado
Lisboa	24	16	Nuboso

Ciudad	Máx.	Mín.	Condición
Londres	17	10	Nuboso
Moscú	1	1	Nuboso
Praga	10	6	Lluvioso
Roma	21	8	Despejado
Viena	13	7	Lluvioso
Zurich	13	6	Nuboso

MUNDO

Ciudad	Máx.	Mín.	Condición
Buenos Aires	21	16	Despejado
México	21	10	Nuboso
Miami	30	23	Lluvioso
Nueva York	17	14	Despejado
Rabat	24	15	Nuboso
Tokio	13	8	Nuboso

VALENCIA NAVEGA
Marina Real Juan Carlos I

-30% RENFE

Primer salón en España con pruebas de mar

valenciaboat.com

MÁS DE 120 EMBARCACIONES NUEVAS DE LOS PRINCIPALES ASTILLEROS INTERNACIONALES

Valencia Boat Show
31 octubre - 6 noviembre