

PRODUCTES ALIMENTARIS: CACAO, PATÉ I MEL

Nutrexpa: nutrició, salut i sabor

Nutrexpa és una empresa familiar de capital català que va ser creada al barri de Gràcia de Barcelona l'any 1940 per José Ignacio Ferrero i José Maria Ventura. Avui és un dels grups més importants del sector alimentari espanyol. Alguns dels seus productes, com el Cola Cao, la Nocilla i els patés La Piara, són líders indiscutibles en els seus segments.

ORIOI AMAT,
CATEDRÀTIC DE LA UPF,
ECONOMISTA I VICEPRESIDENT
DE L'ACCID



Nutrexpa té com a visió ser líder en productes de marca que aportin nutrició, salut i sabor. A continuació s'exposen alguns dels principals factors d'èxit de l'empresa.

El Cola Cao: producte estrella

L'èxit de l'empresa va molt lligat al fenomen del Cola Cao, que es va introduir l'any 1946 i que actualment representa el 70% de les vendes de Nutrexpa. Amb els anys, aquest producte ha anat evolucionant i ara ja compta amb diferents varietats (normal, baix en calories...).

Publicitat

Sens dubte, les qualitats del Cola Cao són mereixedores d'aquest èxit, però la publicitat l'ha ajudat molt. L'anunci de la radio amb la cançó de "Yo soy aquel negrito del África Tropical...", tot i ser de l'any 1955, encara és recordat per moltes persones. L'any 1962, Nutrexpa va començar a posar anuncis a la televisió i des d'aleshores considera aquest mitjà com a element imprescindible de la seva política de màrqueting.

Col·laboració amb distribuïdors

En els darrers anys, Nutrexpa ha estat molt innovadora introduint un model de col·laboració comercial amb els seus distribuïdors. Aquest model permet implicar els distribuïdors per tal d'aconseguir una millor distribució. Fruit d'aquesta relació, les promocions i la gestió



La publicitat sempre ha estat un element clau de l'empresa. / CEDIDA

del punt de venda estan adaptades al màxim a les necessitats dels distribuïdors. Al mateix temps, es redueixen les ruptures d'estocs.

Esponsorització

La publicitat va acompanyada d'una forta aposta per l'esponsorització d'esdeveniments esportius, socials i culturals. Així, l'any 1972 va esponsoritzar els Jocs Olímpics de Munich i l'any 1992 els de Barcelona. L'any 2004 va ser empresa col·laboradora del Fòrum de les Cultures de Barcelona. Des de l'any 1998 col·labora amb el Ministeri d'Assumptes Socials en el *Projecte Òptima* per a la igualtat d'oportunitats, i amb l'Ajuntament de Barcelona per fomentar l'ocupació de les dones.

El creixement com a objectiu

El fort creixement experimentat pel grup (veure figura 1) es basa en el creixement intern, en les adquisicions i en la internacionalització.

d'empreses competitives del sector de l'alimentació (veure figura 2) i que més tard configuraran l'actual Grup Nutrexpa.

Internacionalització

L'èxit dels seus productes a Espanya va animar Nutrexpa a buscar oportunitats en l'exterior, i avui dia Nutrexpa Internacional fabrica i distribueix productes per tot el món, amb filials a Amèrica del Sud (Xile, Equador), Àsia (Xina) i Europa (Portugal). Nutrexpa va ser una de les primeres empreses catalanes a apostar per la Xina, ja que hi és present des de l'any 1989 amb la versió xinesa del Cola Cao anomenat *Gao Le Gao*, que en xinès vol dir Alt-Alegre-Alt. Els productes de Nutrexpa es distribueixen en més de 20.000 comerços xinesos.

Marques potents

Segurament una de les principals claus de l'èxit de Nutrexpa és la seva política de marca. Dues de les seves marques (Cola Cao i Nocilla) estan entre les deu marques millor valorades a Espanya (veure figura 4).

Nutrexpa és membre de l'AMRE (Asociación Española de Marcas Renombradas), que inclou les marques amb més notorietat de l'Estat.

Política d'adquisicions

Després de la consolidació de l'empresa, gràcies als seus dos productes tradicionals, Cola Cao i Mel de la Granja San Francisco, Nutrexpa decideix ampliar la seva oferta mitjançant la incorporació

ANY	Vendes (milions d'euros)
2001	259
2002	279
2003	312
2004	350

FIGURA 1. Evolució de les vendes del Grup Nutrexpa.

ANY	Empresa comprada	Segment
1964	Phoscao	Solubles
1970	Galletas Paja	Pastisseria
1985	Dulces Unzué	Confiteria
1986	Central Lechera Palentina CELPA	Làctics
1988	La Piara	Càrnics, patés
1990	Jamones Aneto	Caldos
2002	Nocilla	Cacao
2002	Mesura	Productes dietètics

FIGURA 2. Principals adquisicions de Nutrexpa.

ANY	Nombre de grups catalans
1997	17
2001	23
2005	40

FIGURA 3. Evolució del nombre de grups catalans presents a la Xina (Font: COPCA).

Qualitat i medi ambient

Els sistemes productius de Nutrexpa estan dissenyats per tal d'aconseguir la màxima qualitat i són respectuosos amb el medi ambient. L'empresa compta amb la certificació de qualitat UNE-EN-ISO 9001 i un Sistema de Gestió Mediambiental. A Espanya compta amb fàbriques a Paret del Vallès (Cola Cao), Riudarenes (pastisseria, mel), Palència (làctics), Manlleu (patés) i Pamplona (confiteria).

Autofinançament

Per aconseguir un creixement rendible, Nutrexpa ha apostat per una política financera conservadora. Així, la major part de les inversions necessàries per al creixement s'han autofinançat amb recursos propis. Això es posa de manifest en el seu balanç, ja que els fons propis representen el 70% de tot el finançament. Per tant, el nivell d'endeutament (30%) és molt reduït.

En resum, Nutrexpa és un dels grans grups alimentaris de l'Estat espanyol i basa el seu èxit sobretot en una política de màrqueting i comunicació que li permet comptar amb marques potents, i en el creixement rendible basat en la internacionalització i les adquisicions.

TOP 10 MARQUES MÉS VALORADES A ESPANYA

Coca-cola
Cola Cao
Mercedes-Benz
Ferrero Rocher
Nestlé
El Corte Inglés
Nokia
Nocilla
Levi's
Bimbo

FIGURA 4. Número de vegades que cada 100 entrevistats van esmentar la marca. Font: Young&Rubicam (2005).

Agbar, Agrolimen, Borges, Cirsa, Codorniu, Chupa Chups, ESADE, Futbol Club Barcelona, Freixenet, Gas Natural, IESE, INDO, La Caixa, Mango, Miguel Torres, Nutrexpa, Puig Beauty Fashion, Vichy Catalán.

FIGURA 5. Empreses catalanes que formen part de l'AMRE (Asociación de Marcas Renombradas Españolas).