

ELLOS SON...



# LOS PROVEEDORES HABITUALES

LOS GRANDES ABASTECEDORES DE PRODUCTOS BÁSICOS PARA LA HOSTELERÍA Y LA RESTAURACIÓN HAN CONSEGUIDO GANARSE LA CONFIANZA DE SUS CLIENTES CON LA CALIDAD QUE GARANTIZAN Y EL SERVICIO PUNTUAL Y SEGURO A LAS NECESIDADES MÁS URGENTES.

TEXTO: SAÚL CEPEDA. FOTOS: ANTONIO DE BENITO

n la ejemplar película *Sospechosos habituales*, del director neoyorkino Bryan Singer, quedaba patente que la policía —que no es tonta— recurría a determinados sujetos bien relacionados con los bajos fondos cuando se quedaba sin pistas.

En hostelería, los proveedores habituales son aquellos a los que se puede invocar siempre con garantías, los que invariablemente nos solucionan los apuros. Esta analogía criminal entraña una sutil ironía, en absoluto malintencionada.

El mercado de alimentos y la gastronomía son negocios tan encontrados como difíciles. Las relaciones entre comprador y proveedor siempre han estado sujetas a circunstancias como la relación calidad-precio, los tiempos de entrega, la capacidad de conseguir determinados productos, así como cuestiones más azarosas, ya sea el estado de los recursos naturales o la mera simpatía personal.

La empatía, como nos explica Evaristo García, propietario de Pescaderías Coruñesas, es crucial: “Tenemos clientes cuya confianza viene de 40 años atrás. Garantizar buena materia prima y dar buen servicio es básico y no se discute, pero ser humilde y respetar a los compradores son los conceptos más importantes que aprendí de niño y que sigo aplicando en este negocio”.

### La Ley del Mercado

No todas las merluzas son iguales, pero todos los cocineros quieren la mejor en su restaurante. Muchos compradores no son siempre fieles y azuzan el mercado, como en la experiencia personal que nos ilustra el conocido chef balear

Koldo Royo: “Yo compro a tres proveedores distintos de cada materia prima y así están en guardia para darme el mejor precio y los mejores productos”. La confianza es un bien intangible que se cultiva en ambos sentidos y que se define en el día a día o, más bien, en la suma de encuentros cotidianos exitosos.

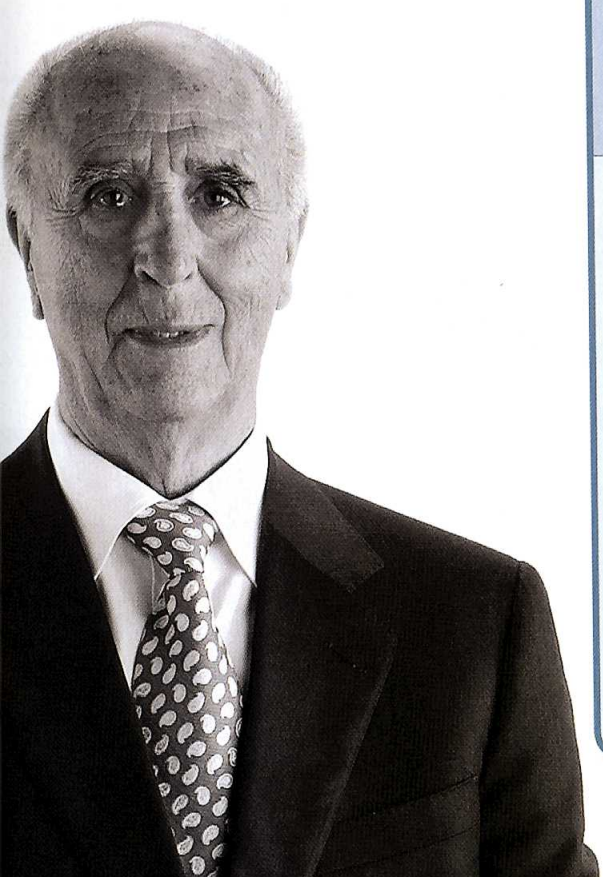
El proveedor más buscado es aquel que resiste en la carrera de fondo. La honestidad en la negociación y cumplir con plazos y calidades son condiciones perentorias para tener clientes fijos. Son coherentes los que se hacen cargo del producto defectuoso sin rechistar, porque la realidad, por más que se pregonen eslóganes, es que los grandes proveedores manejan volúmenes enormes y heterogéneos. Incluso los controles de calidad más estrictos están sometidos al capricho de la probabilidad y no siempre todos los productos están a la altura.

Evaristo nos cuenta que ponen en el mercado “más de quince toneladas diarias de pescado y marisco. Vendemos grandes lotes, pero el mayor volumen va en las compras pequeñas. Nuestros clientes, hosteleros y particulares, entienden mucho de pescados y tenemos que ofrecerles regularidad en los productos. La distribución es muy importante y gracias a los medios modernos podemos tener producto fresco en cualquier lugar de España el mismo día que ha sido capturado. Piensa que en la pescadería es donde más certeza necesitas en tu proveedor y esto se extiende a los restaurantes a los que servimos. Si el pescado que llega a una

## CARNES

Grupo Norteños (MercaMadrid. Madrid. Tel. 917 796 500) es un sinónimo de carne. Nació en el año 1983 y pronto agrupó a otras industrias cárnicas. Desde el año 2000, es uno de los principales proveedores de MercaMadrid en volumen de negocio y espacio. Hoy muy pocos hosteleros de España pueden decir que, directa o indirectamente, no reciben carnes de cría, caza y aves de esta empresa. Los negocios del grupo se extienden a otros países, donde además realizan investigaciones para mejorar los genotipos animales. Actualmente han desarrollado una ternera con cruce de Wagyu, Angus y Hereford que pretende alcanzar la máxima calificación japonesa de marmorización intramuscular. Su consejero delegado y principal socio, Constantino González, es uno de los hombres que más saben de carne en Europa a través de una larga trayectoria en el sector.

*“Nuestro negocio tiene tres pilares por orden de importancia: calidad, servicio e imagen. Siempre ha defendido lo bueno y sufro mucho con la picaresca de este país. Creo en los kilos de mil gramos, en los cortes bien hechos y en el producto limpio”.*



## El proveedor más buscado es el que resiste en la carrera de fondo, honesto en la negociación, cumplidor puntual con los plazos y garantiza la calidad.

### PESCADOS, MARISCOS Y AHUMADOS

Pescaderías Coruñesas (Juan Montalvo, 14. Madrid. Tel. 915 351 017) fue fundada en 1911, pero no sería hasta que Evaristo García se hiciera cargo del negocio en 1957, cuando se convertiría en el gran emporio de suministro hostelero que es hoy. El empresario supo transformar la labor de los maragatos que bajaban el pescado desde las lonjas, aplicando una modernización constante en las redes logísticas. El célebre lema de la casa "el mejor puerto de mar en la capital de España", se queda corto ante una cadena de abastecimiento que lleva productos frescos desde los principales puertos del Atlántico, del Cantábrico y del Mediterráneo a restaurantes, hoteles y particulares de todo el territorio nacional. Los hijos de Evaristo, Norberto y Diego, acompañan a su incombustible padre para definir el futuro de uno de los grandes proveedores de percederos de España.

*"El pescado salvaje es uno de los productos más puros del mundo. Es difícil encontrar un auténtico huevo de granja o una hortaliza que no haya sido tratada, pero casi puedes decir que la merluza salvaje que comes hoy es la misma de hace 100 años. El mar es el ecosistema más resistente y aunque hemos abusado mucho de él, estamos poniendo cada vez más de nuestra parte para no agotar el medio".*

mesa no es bueno, la confianza se rompe, empezando por el consumidor final".

Los grandes abastecedores del mercado hostelero no venden productos, sino trayectoria, servicio y garantías.

Constantino González, consejero delegado del grupo Norteños, nos dice que "mis clientes saben lo que quieren. Sin desmerecer el pasado, ahora tenemos una nueva hornada de cocineros que lo tienen muy claro. A estas alturas ya no buscamos vender como antes. Nosotros asesoramos en materia cárnica y si luego deciden comprarnos, mejor que mejor. En el pasado sólo se miraba el precio y, desde luego, si te forzaban por ese camino resultaba muy difícil crecer como empresa. La calidad garantizada es el futuro".

Luis Pacheco, propietario de Gold Gourmet, define su labor como proveedor como "el paso previo para que otra empresa lleve a cabo su actividad. La satisfacción de ser elegido por alguien para que le prestes servicio habitual, entraña una gran responsabilidad que te obliga a buscar la excelencia. Los clientes son los que van a juzgar si lo has conseguido o no. Por eso debemos ser sus cómplices, compartiendo sus preocupaciones y alegrándonos de su éxito".

### Secretos de familia

Cada sector tiene complicaciones ocultas que los clientes no perciben. La escasez de productos, los problemas logísticos o los contratiempos de la Administración marcan el palpito diario de las grandes infraestructuras de abasto.

Francisco Fernández, director y propietario de Viena La Baguette Comercial, nos explica que "las harinas de trigo para hacer pan han empezado a cotizarse en las bolsas americanas y cada vez tienen más demanda en el mercado oriental. Además, muchos terrenos agrícolas se dedican ahora a la producción de biodiésel. Estamos vi-