

Nice Fruit

La revolución de la fruta congelada

Fruta congelada que se comporta como fresca tras el proceso de descongelación, intactos su sabor y propiedades durante 3 años. Esa es la innovación radical que la firma Nice Fruit presentó en Alimentaria. Los 5 premios Innoval obtenidos y el éxito que la empresa está teniendo en los mercados internacionales dan fe de la singularidad de su propuesta. Entrevistamos a José María Roger, presidente de Nice Fruit.

ROSA GALENDE C84

Nice Fruit Cold System es un nuevo sistema tecnológico que permite por primera vez preparar y congelar frutas y hortalizas manteniendo su estructura original.





JOSÉ MARÍA ROGER

PRESIDENTE DE NICE FRUIT

“Somos capaces de darle a un producto orgánico 3 años de vida, cuando un producto de este tipo, sin aditivos químicos, al cabo de 48 horas prácticamente no se puede utilizar”.

El punto de partida

“En 2003 ocho universidades del mundo –americanas, inglesas, japonesas y chinas– invirtieron más de ocho millones de dólares y más de cinco años de trabajo en un proyecto de fruta congelada. Al final, de común acuerdo, firmaron una carta señalando que no se podía romper la estructura celular, que era imposible congelar la fruta y que al descongelarla se siguiera comportando como fruta fresca. Y con esa carta diciendo que era imposible, se inició este proyecto que ha demostrado que sí es posible”.

Rosa Galende: Nice Fruit fue toda una sensación en la última Alimentaria, donde recibió 5 premios Innoval.

José María Roger: A nosotros mismos nos ha sorprendido la buena acogida que tuvimos en la Feria. Pensábamos que Alimentaria era el espacio ideal para presentar nuestro producto, pero recibir cinco galardones –cosa que no había pasado hasta ahora– ha sido una gran satisfacción. ■ ■ ■

Hábleme un poco de los orígenes de la compañía. ¿Cómo nace el proyecto?

La idea nace en 2003 a raíz de la publicación de un artículo en una revista tecnológica internacional. Ocho universidades del mundo –americanas, inglesas, japonesas y chinas– invirtieron más de ocho millones de dólares y más de cinco años de trabajo en un proyecto de fruta congelada. Al final, de común acuerdo, firmaron una carta señalando que no se podía romper la estructura celular,



Por tanto, es un proyecto de mucha fe, de mucha tenacidad, que es uno de los grandes valores de la *emprendeduría*. El empresario tiene que ser tenaz porque si no, es imposible llegar hasta el final; las trabas siempre son muchas. Por tanto, el proyecto

lizar. ¡Darle vida de tres años a algo que tiene 48 horas es francamente brutal! Esto nos permite exportar, por ejemplo, tomates de Almería 100% orgánicos y llevarlos a Taiwán o Japón, cosa que era impensable, o tener melocotón de Calanda durante los doce meses, cuando solo se produce durante cuarenta días.

Un proyecto como éste, habrá requerido grandes inversiones, mucho tiempo y tesón hasta alcanzar el éxito.

La inversión económica es muy difícil de cuantificar, porque se ha hecho prácticamente con recursos privados. Han sido diez años de trabajo, esfuerzo, dinero... Nuestro proyecto refleja a la perfección cómo es el proceso de innovación y



que era imposible congelar la fruta y que al descongelarla se siguiera comportando como fruta fresca. Y con esa carta diciendo que era imposible, se inició este proyecto que ha demostrado que sí es posible.

Nice Fruit responde fielmente a lo que en los libros se define como un proyecto de *emprendeduría*.

¿Qué empresas o personas están detrás de Nice Fruit?

Este es un proyecto de investigación llevado a cabo por la UPC y una empresa llamada Fenoexit.

Tardamos cuatro años en encontrar un proceso de congelación y descongelación adecuado para la fruta y cuatro años más en conseguir que el proceso fuera 100% físico, que es otro de los puntos espectaculares del proyecto: ique la fruta se comporte como fresca sin incorporar ningún aditivo, conservante, ni producto químico es sencillamente espectacular!

Somos capaces de darle a un producto orgánico tres años de vida, cuando un producto de este tipo, sin aditivos químicos, al cabo de 48 horas prácticamente no se puede uti-

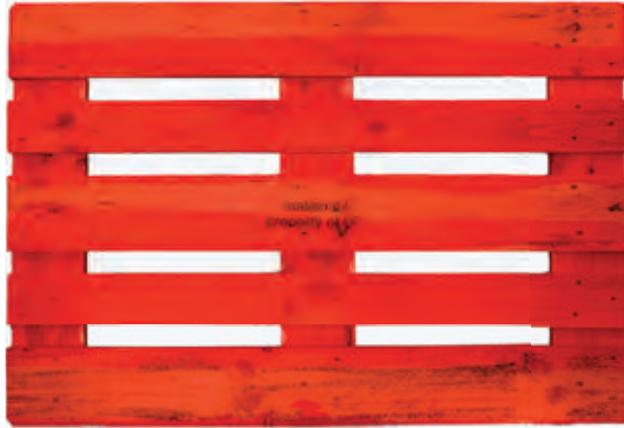
desarrollo de un producto desde el inicio. Ha habido muchos fracasos hasta dar con la solución final. Es cierto que un proyecto tan ambicioso ha conllevado mucha inversión, pero el dinero normalmente no es el problema. El problema es el tesón; si no hay tesón, el dinero da igual. Y para eso se necesita tener el proyecto, el producto, tener paciencia... Al final son muchas pequeñas cosas las que sumadas conducen al éxito.

Proteger la innovación es un aspecto clave en todo proceso de innovación.

Se corren muchos riesgos porque mientras solicitas la patente tienes que explicar lo que haces, sin tener la certeza de que está protegida. Por tanto, es un riesgo más de los muchos que corres en un proceso de desarrollo de I+D. El nuestro es un producto único y hemos conseguido una patente que tendremos vigente durante los próximos 20 años ■ ■ ■

Nice Fruit aplica un proceso físico a la fruta, sin ningún componente químico, de modo que ésta queda lista para ser congelada en el punto de origen, conservando intactos su sabor y propiedades hasta 3 años.

A **pallet** is Red, **Red** is a pallet



Red: understanding your business

www.lpr.eu



a reliable **system**
an innovative **system**
a green **system**
a unique **system**

450.000 Kilometros menos

Como Distribuidor, puede ahorrar hasta 450.000 kilómetros en transporte cada año. ¿Cómo? Es muy simple. Nosotros llevamos nuestra actividad a donde convergen los flujos de retorno: su centro de distribución. Mediante la concentración de actividades en la cadena de suministro, todos los socios logísticos

ahorran costes de transporte. Es una vía particularmente efectiva para reducir su huella de carbono.

¿Está interesado en la reducción de sus costes a través de una logística sostenible? Por favor contacte con nosotros ó visite nuestra página web.

www.europoolsystem.es



Euro Pool System, **experience the benefits**

Es una patente innovadora, lo que quiere decir que nunca antes nadie había conseguido patentar ningún proceso ni siquiera parecido al nuestro.

¿Cuáles son los canales prioritarios para comercializar su fruta congelada?

Hemos decidido canalizar el producto a través del canal horeca. Ahora estamos comercializándolo en hoteles, caterings, restaurantes, cruceros, etc. Este es el target prioritario hoy. En un futuro entraremos en el mercado retail.

¿Cómo está siendo la acogida por parte del mercado?

La acogida está siendo excepcional porque, como decimos en nuestro eslogan, esta es una revolución. Es algo que ha sido imposible durante muchísimo tiempo y que se ha convertido en una realidad en 2013. ¡Parece mentira que a estas alturas se pueda encontrar algo que en el mundo no existía todavía! ¡Es increíble la velocidad que llevamos! Tenemos la producción de la fábrica vendida hasta septiembre. Es realmente sorprendente. Llevo muchos años en el mundo de la empresa y nunca había pasado por mis manos un proyecto como éste.



¿Cómo está siendo la acogida de Nice Fruit en los mercados internacionales?

Empezamos hace más o menos tres meses y ya tenemos distribuidores en Noruega, Suecia, Dinamarca, Canadá, Puerto Rico, España, Francia, Irlanda, Inglaterra, Japón, Finlandia, Filipinas... Hay cosas muy curiosas: por ejemplo, en todo el norte de Canadá, están los famosos "Camps" cuya carretera de acceso está abierta por las bajas temperaturas 40 días al año. Nunca en la historia se había podido comer fruta fresca en esos sitios. Este año, por primera vez, hemos enviado 140 contenedores que les permitirán comer fruta fresca durante todo el año.

Estamos haciendo que la fruta llegue a sitios a los que nunca había llegado. Con otra característica, además: la fruta fresca hoy, justamente por cuestiones de distribución, se tiene que cortar verde. La fruta se corta con un 50-55% de maduración, porque si se deja madurar más, ya no llega en condiciones al punto final.

Nuestro proceso –diez horas desde que se corta hasta que está congelada– nos permite dejar la fruta en el árbol más tiempo y esto hace que nuestra fruta tenga de dato técnico más vitaminas y más nutrientes que la fruta fresca. Estamos teniendo un producto con más calidad que el fresco y además podemos llevarlo a cualquier parte del mundo. ¡Es un producto revolucionario!

¿Cuál son las expectativas de facturación en este primer año?

Los datos económicos de la compañía son cambiantes cada 24 horas. Hemos empezado hace tres meses a lanzar el producto al mercado. Las cifras de facturación de estos tres meses no son representativas, pero la facturación a final de año puede estar rondando los 15 o 20 millones de euros.

¿Qué porcentaje va a representar o representa ya el mercado exterior para Nice Fruit?

La exportación va a representar para nosotros entre el 90 y el 95%.



Revolución.

Nice Fruit permite coger la fruta a un 90% de su maduración en lugar de a un 50%

La exportación
va a representar
para nosotros en-
tre el 90 y el 95%.

Nuestro mercado es el mundo. De hecho, hemos empezado a vender antes fuera de España que aquí.

¿Qué tipo de liderazgo necesitan las empresas emprendedoras o innovadoras para desarrollar sin desfallecer un proyecto a largo plazo como éste?

Aquí hay que decir varias cosas. La primera, que la estrategia de la compañía es vital. Nice Fruit es un ejemplo clarísimo de cómo empieza un pequeño embrión de investigación y cómo se tiene que desarrollar. Nice Fruit empieza con un problema tecnológico, pasa por un problema económico financiero, por último por un problema de estrategia

empresarial y acaba siendo lo que está siendo hoy. No cabe duda de que, dada la revolución que está suponiendo que día a día seguimos adaptando la estrategia.

Lo más importante a la hora de desarrollar un proyecto como este es no tirar nunca la toalla. Si Fenoe-xit no hubiera estado durante diez años aguantando, soportando los problemas técnicos y los problemas económicos, este proyecto nunca hubiera salido a la luz. Otro aspecto importante es saber decir “no” cuando es necesario.

Por último, ¿cómo valora la presentación en Alimentaria, esos

cinco premios Innoval, el éxito de público y la atención obtenidos?

Alimentaria ha sido una plataforma espectacular para nosotros. Les estaremos siempre agradecidos por todo el apoyo que nos han dado y por la proyección que nos ha permitido alcanzar. Yo monté mi primer negocio con 18 años y he llegado a ser presidente de una compañía cotizada en Bolsa, pero nunca en mi vida profesional había pasado por mis manos un proyecto como éste. No es solo un invento, la tecnología, sino que hay otro aspecto, que es la responsabilidad social corporativa, que a los empresarios nos interesa mucho más de lo que gente piensa, y es algo que no se queda en palabras, sino que se refleja en hechos. En nuestro caso, que haya gente que por primera vez pueda comer fruta a partir de esta tecnología ino llena mucho más que el dinero! Y eso es parte del éxito de Nice Fruit.

© Rosa Galende



plaform[®]
SISTEMA INTEGRAL DE EMBALAJE EN CARTON ONDULADO

**El traje que mejor sienta
a tus frutas y verduras.**



¡Descubre mucho más en nuestras redes!



/GrupoPlaform · @Plaform · /company/grupoplaform

<http://www.grupoplaform.com>