

# Entrevista a Jordi Martí Mestres, director general de Globalimar

## “Nuestro envasado en skin pack es el único que evita las pérdidas de vacío”

**G**lobalimar, empresa especializada en la importación y comercialización de productos del mar congelados, ha lanzado al mercado una nueva gama de vacío avanzado que mejora la visibilidad del producto en el lineal y su preservación en el hogar. Lo ha hecho de forma pionera en el sector del mercado del congelado español, pues es el único distribuidor de este sistema en España.

**Ruta Pesquera:** ¿En qué consiste la tecnología skin pack de Globalimar?

**Jordi Martí:** Contamos con una nueva máquina de envasado que, a partir de una película de film transparente, con unas protecciones únicas, consigue un envase formado por una soldadura integral y una lámina de film que se adapta perfectamente a la forma del producto. La máquina proviene de Italia, donde la tecnología está más extendida.

**R.P.:** ¿Cuál es la principal ventaja que supone este sistema?

**J.M.:** Nuestro envasado en skin pack es el único que evita las pérdidas de vacío. Hasta el momento, si un envase al vacío sufría alguna rotura, como sucede fácilmente por la alta manipulación que sufren los productos en los lineales, entraba aire y el envase se hinchaba. Por consiguiente, el producto se deterioraba y era una merma directa para la distribución. Además, este sistema de envasado mejora la visibilidad del producto, permite apreciar su tamaño y color, y también mejora su preservación, a nivel de propiedades naturales y organolépticas.

**R.P.:** ¿Cuántos productos habéis empezado a comercializar con este envasado?

**J.M.:** Por el momento, hemos lanzado una gama compuesta por una treintena de productos Aligator. La política ha sido envasar con esta tecnología productos de valor añadido, como vieiras, zamburriñas, cigalas, langostinos pelados, sepias o calamares, entre otros. Esta inversión es muy importante para nosotros porque nos ayuda a reforzar la presencia de nuestros productos en el canal retail, aportando

soluciones que mejoren la rotación para nuestros clientes.

**R.P.:** ¿Dónde envasa Globalimar los productos skin pack?

**J.M.:** Tenemos una planta de producción situada en El Bruc, en Barcelona, y es donde lo hacemos. Estas instalaciones dependen de Globalinnova, una sociedad de reciente creación que hemos impulsado para desarrollar y aportar nuevas referencias de valor añadido al portafolio de la compa-



ña, diversificar la oferta y facilitar nuestra entrada a nuevos mercados internacionales. Estamos tramitando la obtención de la International Food Standard (IFS), una certificación muy importante de calidad para el comercio internacional y que complementará la certificación ISO:9001, de la que dispone Globalimar desde sus inicios.

**R.P.:** ¿Dónde podemos encontrar los productos en skin pack Aligator?

**J.M.:** En los lineales de cadenas de alimentación como Alcampo, Simply, El Corte Inglés, Carrefour, Ahorramas, Hiperdino, también en Caprabo, Eroski, Vegalsa, Piedra, Spar y Condís.

**R.P.:** ¿A qué responde la apuesta de Globalimar por el skin pack?

La búsqueda de la innovación constante ha sido, junto con la calidad, uno de nuestros valores fundacionales. También fuimos pioneros en la congelación en nitrógeno de las cigalas que seguimos aplicando desde una de nuestras plantas proveedoras en Escocia. Esta tecnología congela las cigalas cuando están vivas, lo que permite conservar su textura natural. Son mejor que frescas.

**R.P.:** ¿Cómo se controla la calidad y el proceso de congelación del pescado a tantos kilómetros de distancia?

**J.M.:** Nosotros tutelamos el producto desde el origen hasta que llega a manos del consumidor. Tenemos una estricta selección de plantas de procesamiento acreditadas internacionalmente con certificados como el IFS o el British Retail Consortium (BRC). También disponemos de una red de agentes propios y controles adicionales a cargo de empresas certificadoras externas, como SGS, entre otras. Importamos el género mayoritariamente del sudeste asiático y del norte de Europa. La seguridad y la garantía de calidad son pilares básicos para nosotros.

**R.P.:** ¿Cómo ha cerrado el año Globalimar?

**J.M.:** Con mucho optimismo. La previsión es llegar a los 30 millones de euros de facturación. Estamos satisfechos porque desde nuestra fundación en 2008, hemos superado cada año la facturación del año precedente.

Aunque quiero dejar claro, que la cifra nunca ha sido nuestra principal obsesión y en cambio, sí lo es, el aportar valor constante a la compañía con una clara estrategia e “intrategia”. La primera, busca fomentar nuestros valores fundacionales, nuestras políticas y nuestro posicionamiento a largo plazo, adaptándola siempre a las circunstancias del entorno y a las necesidades del mercado. La segunda, fomenta el sentimiento de pertenencia de nuestro equipo a nuestra organización, como empresa dón-de poder desarrollar su proyecto profesional a largo plazo, lo cual se traduce en un mayor compromiso, motivación y responsabilidad, y todo ello es clave para la correcta implementación de nuestra estrategia.

Referente a nuestro posicionamiento en el mercado, cabe mencionar que nos hemos hecho fuertes en nuestra especialización, con una gama muy concreta de crustáceos, bivalvos, cefalópodos y pescados. No queremos abarcarlo todo, sino tener un buen equilibrio que nos permita asegurar calidad, regularidad y competitividad. ■