

Pontevedra amplía su línea de productos para diferenciarse

TOMATE. La marca sanducera de salsas y aderezos apuesta a renovar su gama de alimentos para captar más mercado. Adquirió nueva maquinaria para incorporar envases diferentes y planea exportar a Estados Unidos

POR LAURA FAJARDO
lfajardo@observador.com.uy

Pontevedra Alimentos fue fundada en 1973 por Domingo Ghelfa, como una pequeña planta de elaboración de productos derivados del tomate, que abastecía a comercios de Paysandú –en particular, a pizzerías– y vendía la mayor parte de su producción en zonas aledañas a la capital sanducera. Actualmente, la segunda generación está al frente de la empresa, ha logrado dar el salto a Montevideo y ahora hasta piensa exportar a Estados Unidos.

“En aquella época la marca era muy reconocida en Paysandú pero a nivel nacional no vendía. Hasta que en el 2000 comenzamos a invertir en maquinaria, modificamos los envases y fuimos de a poco mejorando la calidad”, dijo a *Café y Negocios* el director de Pontevedra, Gonzalo Ghelfa, uno de los hijos del fundador.

El empresario aseguró que desde los inicios la competencia en el mercado de productos derivados del tomate ha sido reñida y que para diferenciarse han tenido que buscar diferentes estrategias. Una de ellas fue comenzar a trabajar con cadenas de supermercados.

“Comenzamos haciendo la salsa de tomate para la cadena Tata, y de esa forma nos volvimos más visibles. Más tarde, empezamos a trabajar para Multiahorro y así fue que llegamos a Montevideo”, recordó Ghelfa.

Actualmente, Pontevedra Alimentos exporta más del 5% de su producción total, fundamentalmente a Paraguay. En este sentido, su meta para este año es duplicar la cifra y lograr exportar a Estados Unidos.

“Somos la única empresa uruguaya del rubro que exporta, dado que Uruguay no es un país productor de esta materia prima y no es competitivo a nivel mundial”, aseguró Gonzalo Ghelfa. Actual-



La planta de Pontevedra elabora envases tipo doypack, bag in box, tetra pak y sachets transparentes



LAS CLAVES

■ **IMPORTACIÓN.** Pontevedra adquiere el tomate concentrado de Estados Unidos, Chile y China. Estados Unidos y China son los productores de tomate más grandes del mundo y Chile está en el quinto lugar.

■ **CHARLAS.** Pontevedra auspicia las charlas que ofrece ADU y está presente en todas sus actividades, fomentando una alimentación saludable.

■ **PAN.** La marca sanducera es representante de la francesa Lesaffre, que elabora levaduras para panificación y es considerada una de las más importantes del mundo, según Ghelfa.

7.000

Toneladas de productos derivados del tomate es lo que produce Pontevedra Alimentos anualmente, según Gonzalo Ghelfa

mente, del total del producto acabado, la mayor parte - cerca del 80% - pertenece al tomate concentrado - importado - y el resto al tomate fresco local.

Diferenciarse es el desafío

Dentro de su línea de productos Pontevedra elabora salsas, pulpas de tomate y aderezos como ketchup, mostaza y ketchup Light.

En 2010 incorporó diferentes productos para consumidores diabéticos y celíacos –como la salsa de tomate Mediterránea, los tomates triturados y la pulpa de tomate concentrada– avalados

por la Asociación de Diabéticos del Uruguay (ADU).

Como vieron un nicho favorable de este tipo de consumidores, un año después, la compañía lanzó otra línea sin sal, recomendada por la Sociedad Uruguaya de Cardiología.

“Quisimos diferenciarnos del resto de las marcas. Si bien con esta nueva línea aumentamos las ventas, cuesta crecer porque el mercado es muy competitivo”, adelantó Ghelfa.

En cuanto a envases, el “doypack” –sachet diseñado para sostenerse por sí mismo– es el fuerte de la marca, que ha ido perfeccionándolo con los años. A fines de marzo introducirá un nuevo diseño doypack con tapón de rosca para aderezos como ketchup y mostaza, lo que significará “un gran cambio” para la marca, aseguró Ghelfa.

“El objetivo de este nuevo producto fue aumentar la capacidad de nuestros principales envases y

mejorar la funcionalidad y practicidad de los aderezos”, dijo el director de la compañía de tomates sanducera.

Ghelfa explicó que para llevar a cabo esa nueva estrategia la firma adquirió una máquina envasadora automática española, de última generación, que diseña varios tipos de envases, con el fin de ampliar la capacidad de producción.

“Esta nueva máquina permitirá, entre otras cosas, diferenciarnos como la primera y única empresa de la región que vende tomate en cubos en envase tipo doypack, ya que hasta ahora han sido presentados en latas”, señaló el director.

Para todos los gustos

Además de su marca principal - Pontevedra- la firma posee dos marcas más, Don Perita - su línea más económica - y jugos Tomy, dirigida a un público infantil. También elabora la salsa de tomate de supermercados El Dorado, y

continúa trabajando para Tata y Multiahorro.

A su vez, desarrolló un segundo negocio denominado División Materias Primas, en el que proporciona insumos como pulpa de frutas para yogures y helados y levaduras, para abastecer a panaderías, confiterías, industrias lácteas y heladerías.

“Es otro canal de venta propio. Importamos parte de la materia prima para complementar con la que fabricamos en plaza. Abastecemos a Conaprole y Calcar y a prácticamente toda la industria láctea”, indicó Gonzalo Ghelfa.

La planta de División Materias Primas se encuentra ubicada junto a la de Pontevedra en el departamento de Paysandú.

Para este año, la marca sanducera de derivados del tomate apuesta a seguir expandiendo su línea de aderezos y salsas y lanzar nuevas presentaciones y además “ampliar su producción en el mundo”, concluyó Ghelfa. ●

Plan libre
Con tu BlackBerry,
compartir no tiene límites.

12 cuotas
\$275 IVA inc.

movistar
Compartida, la vida es más.