



“La propuesta de Findus se basa en la nutrición, la calidad, la innovación y la sostenibilidad”

EDUARDO DELGADO COUNTRY MANAGER ESPAÑA

Findus es uno de los principales actores del sector de los alimentos congelados en España, donde va camino de cumplir 70 años.

¿Cuáles fueron los orígenes de Findus?

Los orígenes de Findus se remontan a 1941 en Suecia. La compañía comenzó a producir comida congelada en 1945 y, en la década de los 50, empezó a distribuir sus productos a diferentes países europeos. Desde el año 2015 Findus forma parte de Nomad Foods, la mayor empresa de alimentos congelados de Europa.

Findus España es una compañía pionera en la comercialización de alimentos congelados en nuestro país. Comenzamos nuestra actividad en el año 1958 y, gracias a nuestra estrategia basada en la calidad y la innovación, nos hemos posicionado como la marca líder de congelados en España.

¿Cuál es la estructura actual de la compañía?

Findus forma parte del Grupo Nomad Foods, la compañía líder europea en alimentos congelados. Esta estructura nos permite beneficiarnos de una amplia red de recursos, experiencia y conocimientos. Dentro del territorio español, Findus España opera con las marcas Findus, La Cocinera y Findus Foodservice. Findus comercializa verduras, pescados y mariscos congelados, platos salteados y ayudas culinarias. La Cocinera es, desde hace 60 años, un símbolo de recetas caseras llenas de sabor. Sus productos abarcan desde lasañas y canelones, hasta croquetas, empanadillas y cárnicos rebozados. Findus Foodservice se ha posicionado como el mejor socio en el congelado de los profesionales del canal HORECA.

¿Cuál es la propuesta de valor de Findus dentro del sector de los congelados?

Nuestra propuesta de valor está centrada en la nutrición, la calidad, la innovación y la sostenibilidad. Mantener el foco en estos conceptos nos permite ofrecer ingredientes nutritivos y saludables. Los alimentos congelados son una excelente forma de incluir productos saludables y sin conservantes añadidos, ya que retienen los nutrientes de forma natural. Este es un punto que queremos destacar especialmente, ya que ciertos debates que demonizan alimentos saludables pueden confundir a los consumidores. Lo cierto es que no existe ningún dato científico que sugiera que el procesado impida que los alimentos sean nutritivos.

Los niveles de procesado no influyen en la composición nutricional de los alimentos. El indicador correcto es su perfil nutricional. En Findus nos basamos en la ciencia de la nutrición, en conceptos aprobados por instituciones como la Organización Mundial de la Salud. Centramos nuestros esfuerzos en reducir los nutrientes cuyo consumo pueda traer consecuencias negativas, como el azúcar o las grasas saturadas, y en aumentar los positivos, como las vitaminas, la fibra o la proteína.

En cuanto a la sostenibilidad, uno de nuestros objetivos es cuidar el medioambiente. El compromiso con la salud de nuestros clientes no debe centrarse solo

en la nutrición, sino también en producir el menor impacto en el planeta. Nuestros alimentos congelados obtienen muy buenos resultados en comparación con otras alternativas al medir su huella de carbono. Además, llevamos a cabo iniciativas que ayudan a reducirla aún más.

¿A qué perfil de cliente se dirige Findus?

Nuestros productos son la opción ideal para todo tipo de público que busque consumir alimentos nutritivos y ahorrar tiempo en la cocina sin renunciar a la salud, el sabor y la excelencia. Desde familias con hijos hasta jóvenes trabajadores o personas mayores, nos adaptamos a los diferentes estilos de vida con una amplia gama de productos.

¿Hay espacio para la innovación en un sector como este?

La innovación es uno de los pilares de Findus. Este hecho nos ayuda a desarrollar productos cada vez más nutritivos, saludables y sostenibles. En Findus ofrecemos productos saludables a nuestros consumidores, ya que invertimos una gran cantidad de recursos en reformular procesos e ingredientes para mejorar el valor nutritivo de nuestros productos. Gracias a estas reformulaciones e innovaciones, hemos logrado que más del 90% de nuestras ventas procedan de alimentos sin alto contenido en grasas, azúcares ni sal.

Además, realizamos estudios continuos para innovar tanto en nutrición como en sostenibilidad. Hemos analizado cómo el ciclo de vida de los productos congelados permite generar niveles de residuos alimentarios mucho más bajos que otras alternativas frescas o envasadas. También hemos revisado cómo nuestra cadena de suministro puede reducir aún más su huella de carbono con acciones como aumentar ligeramente la temperatura de los congeladores sin comprometer la seguridad ni la frescura de los alimentos.

¿Qué diferencia a Findus de sus principales competidores?

Gracias a nuestros más de 60 años en el mercado español y nuestras siete décadas en Europa, hemos desarrollado factores diferenciales que nos caracterizan y nos permiten posicionarnos como la marca líder en productos congelados.

Nuestro compromiso con la salud va más allá y esto nos diferencia. Nuestro enfoque para la selección de alimentos está basado en sólidos conocimientos sobre seguridad alimentaria y nutrición, y refleja la preocupación de los consumidores por determinados ingredientes. No utilizamos potenciadores del sabor, aromas ni colorantes artificiales en el 100% de nuestras recetas tradicionales. Invertimos constantemente para mantenernos en la vanguardia de la innovación y



velar por la correcta nutrición y salud de nuestros consumidores.

Pero conseguir productos nutritivos y saludables no es nuestra única meta. Nos aseguramos de que esta oferta esté también comprometida con el medioambiente. Las ventajas sostenibles de los productos congelados, como la reducción de residuos, nos permiten ir un paso más allá. Analizamos todos los factores que intervienen en nuestra actividad para mejorar nuestra acción por cuidar el planeta. Desde la forma de obtener los alimentos hasta su procesamiento, conservación, distribución y reutilización al final de su ciclo de vida.

¿Cuáles son los planes de futuro de la empresa?

Nuestros planes de futuro se centran en seguir consolidando nuestra posición como líderes en el mercado de congelados en España y continuar implementando prácticas responsables en toda nuestra cadena de valor, así como desarrollando nuevas iniciativas. En 2025 lanzaremos nuevos productos en muchas de nuestras gamas y confiamos en que tendrán una gran acogida. Además, nuestra bajada de precios en algunas referencias, como la gama de lasañas y canelones de La Cocinera, nos ayuda a mantener nuestro compromiso con la economía de los españoles.

