

## ENTREVISTA

JOSÉ POSADA **Empresario y creador del marron glacé gallego**

# “Galicia necesita derribar el telón de grelos gastronómico”

Texto: J.A. OTERO RICART  
Foto: JESÚS REGAL

José Posada es uno de los empresarios gallegos con mayor proyección internacional, y así lo acaban de corroborar los Premios Pyme, que le han concedido el galardón en la categoría de Internacionalización por su capacidad para situar los alimentos españoles en las mesas de todo el mundo. Los productos que comercializa su empresa Marron Glacé S.L. —castañas, grelos, mirabeles y almendrados— están presentes en más de veinte países de todo el mundo. Su compañía, de origen familiar, exporta el 60 por ciento de su producción a lugares como Japón, Canadá, Rusia, Australia, China o Corea del Sur, así como a la mayoría de los países de la Unión Europea.

**Estudió usted Ingeniería Industrial en Vigo y después se convirtió en todo un empresario dedicado a la exportación... ¿Dónde se aprende eso de ser emprendedor?**

—Se aprende a pesar de las Facultades, que tienden a centrarse en la especialización. El mundo de la empresa es lo contrario a la especialización porque tienes que pelearte en muchos frentes: con los políticos, con los banqueros, con los sindicatos... El empresario debe ser una persona interdisciplinar.

**¿Influyó en su decisión el ejemplo de su padre?**

—Por supuesto que influyó el ejemplo de mi padre, que ya en 1955 exportaba castañas a Brasil en aquellos barcos de la Mala Real Inglesa en los que viajaban tantos emigrantes gallegos. En realidad yo empecé como empresario tras la muerte de mi padre en 1961 para continuar con el negocio de la exportación de castañas, pero también de vinos. Fuimos los primeros exportadores de vinos gallegos etiquetados al extranjero desde la cooperativa del Ribeiro. Había un cosechero que enviaba barriles de vino a Caracas y le propusimos que en vez de en barriles lo mandase en botellas; empezamos a imprimir unas etiquetas muy bonitas y supuso un cambio de imagen importante. Después llegamos a exportar vinos a todo el mundo, desde Angola a Rusia, donde entre los años 2001 y 2004 fui director general de una empresa de vinos achampanados...

**“ES UNA VERGÜENZA QUE NO SEPAMOS COMERCIALIZAR MEJOR NUESTROS PRODUCTOS, QUE SON DE UNA CALIDAD EXCEPCIONAL”**

nosotros poníamos el vino y los rusos... las burbujas.

**También su hijo mantiene esa tradición familiar de exportar a otros países.**

—Sí, es la maldición de los José Posada. Mi hijo está viajando por diversas partes del mundo buscando nuevos mercados para nuestras castañas, entre ellos el mercado japonés, que a diferencia del chino es muy sensible a la calidad. Mi hijo habla japonés y allí tenemos muy buenos clientes. En la actualidad dedicamos a la exportación internacional el 60 por ciento de nuestra producción. La internacionalización es muy necesaria, porque en un mundo globalizado no valen las meras exportaciones, sino que es necesario un contacto permanente con los países a los que se dirigen las ventas. La presencia gallega en los mercados internacionales es mejor que la de otras comunidades, pero todavía nos queda bastante camino por recorrer.

**Y todo empezó con unas castañas...**

—Un producto humilde al que fuimos aportando valor añadido. Poco a poco fuimos elaborando castañas peladas, congeladas, confitadas, hasta llegar al refinamiento del *marron glacé* que empezamos a comercializar en 1984, primero

en otra empresa en la que participaba (Cuevas y Cia.) y desde 1990 con nuestra empresa actual de Marron Glacé S.L. Está claro que en una empresa conservadora hay que ir evolucionando cada año, la alternativa es renovarse o morir.

**El marron glacé es una de las debilidades del rey Juan Carlos... ¿Tan prohibitivo es su precio para que sea un placer de reyes?**

—Para disfrutar del marron glacé hacen falta dos cosas: tener dinero, porque no es un producto barato, y tener buen gusto. Algunas personas tienen dinero pero en cuestiones gastronómicas carecen de un paladar refinado. También es cierto que en algunos países se aprecia más que en otros el *marron glacé*. En Francia lo hacen ellos y en Japón está teniendo una gran aceptación el que elaboramos nosotros porque están asimilando los gustos de Europa. El *marron glacé* es, sin lugar a dudas, nuestro producto estrella, es una auténtica joya de la gastronomía. Se trata de un producto caro porque su elaboración es muy delicada.

**¿Y cómo han hecho para conquistar a los rusos con la castaña gallega? ¿A cuántos países exportan actualmente sus productos?**

—Curiosamente en Rusia las castañas se venden más en verano que en invierno, porque en la época estival es cuando los rusos salen más de casa. Para ellos se trata de un producto de alta gastronomía. Pero no solo exportamos a Rusia, también lo hacemos a México, a Estados Unidos, a Brasil... hasta más de 20 países de todo el mundo. En la actualidad comercializamos 39 productos distintos: castañas confitadas, con baño de chocolate, cremas, purés, cocidas y envasadas al vacío...

**También comercializan grelos gallegos. ¿Es cierto que tienen propiedades anticancerígenas?**

—Es uno de los productos más interesantes, en los que se está notando un aumento del consumo. Es cierto que algunas

investigaciones han demostrado que tiene propiedades anticancerígenas, como otros productos que aportan vitamina C, pero no hay que exagerar el asunto. También el vino es anticancerígeno... Pero lo que sí es cierto es que los grelos están teniendo una gran aceptación. El consumo durante todo el año de estas verduras al natural, habituales en invierno y primavera en los mercados gallegos, se está popularizando cada vez más gracias a la calidad de nuestros productos envasados.

**Los grelos gallegos han sido incluidos en la lista de productos con denominación de origen protegidos por la legislación comunitaria. ¿Es una metafora de que Galicia ha supera-**

**do el telón de grelos que nos aislaba?**

—El *telón de grelos* se mantiene, al menos en lo que se refiere a muchos productos gastronómicos. Galicia necesita derribar ese telón y apostar claramente por ellos. Es una vergüenza que en los supermercados haya cada vez más productos de fuera cuando los que tenemos en Galicia son de una calidad excepcional; es una vergüenza que no sepamos distinguir lo nuestro y que no sepamos comercializarlo mejor. En nuestra empresa envasamos y congelamos los grelos para que se puedan consumir en cualquier época del año, pero todavía tenemos gran-



José Posada, ante algunos de los productos que exporta su empresa de Ourense.



des retos... Tenemos el ejemplo de Navarra, que comercializa acelgas, cardos... e incluso están vendiendo grelos en Galicia. Si seguimos así llegaremos a comer grelos chinos... seguro que serán más baratos.

**Y a China se va usted dentro de unos días...**

—Sí, marzo el día 29 para ver cómo está el enemigo...

**¿El enemigo?**

—China es el invasor, es la fábrica del mundo y hay que conocer cómo trabajan para poder defendernos mejor. Nuestra arma frente a las exportaciones chinas son la investigación y la apuesta por la calidad de los productos.

**¿Va por ahí eso de la metafísica que incluye en el título de uno de sus libros?**

—Hablo de metafísica —un poco de broma— como lo que está más allá de la física, en el sentido de saber explicar, de cuidar la imagen del producto. La propaganda se basa en eso, en cuidar todo lo que acompaña al producto en sí; por ejem-

“  
En Rusia fui director general de una empresa de vinos achampanados. Nosotros poníamos el vino y los rusos... las burbujas

”  
“  
Ser eurodiputado es como ser astronauta... se ven las cosas desde más arriba, se abordan los temas generales



plo, los grelos venden salud, o el *marron glacé* vende lujo. Son los mensajes que se quieren transmitir. Y en Galicia, lamentablemente, no se valora todo lo que tenemos. Algunos sectores sí que lo están haciendo, como los conserveros o todo lo relacionado con el mundo del vino, unos vinos que han ido evolucionando y ganando en calidad.

**Dicen que es usted un empresario a la antigua usanza, de los que se encargan de todo... ¿Por eficacia o por desconfianza?**

—Yo delego muchas cosas, pero de vez en cuando me gusta comprobar que las cosas funcionan. Como decía Lenin, “confía, pero comprueba”. En mi caso prefiero controlar todo el proceso para conseguir un producto final del que me sienta orgulloso. Errores siempre los hay, pero lo importante es que no sean graves, poder corregirlos a tiempo. Y ahora, con la crisis, a los empresarios se nos eleva medio metro el listón que tenemos que saltar... algunos lo consiguen y otros no; es la crueldad del sistema. En nuestro caso, el futuro de la empresa pasa por crear asociaciones co-

merciales con socios extranjeros para lograr una vinculación en el suministro del producto a medio y largo plazo.

**Usted fue eurodiputado por Coalición Galega en los años 1993, 1994 y 1999. ¿Qué recuerdos tiene de su paso por la política?**

—Tengo unos magníficos recuerdos de esa etapa. Ser eurodiputado es como ser astronauta... se ven las cosas desde más arriba, se abordan los problemas generales y hay discusiones de alto nivel. Ahora bien, allí te encontrabas de todo... El Parlamento Europeo era —y sigue siéndolo— un cementerio de elefantes, pero en general había personas capacitadas que estaban construyendo algo muy importante: los Estados Unidos de Europa, una región libre de guerras.

**¿Y cuál es su opinión sobre la imagen que están dando nuestros políticos ante la crisis?**

—Tenemos lo que merecemos porque los políticos no dejan de ser un reflejo del espectro social. En política, como en la vida, hay de todo; no es cierto que todos los políticos sean iguales... las generalizaciones son intolerables. Ahora bien, en estos momentos de crisis económica es cuando necesitamos los mejores políticos y la responsabilidad final es de todos nosotros, que somos los que los

votamos.

**También fue usted presidente de Caixa Ourense. ¿Qué opinión le da la polémica suscitada en torno a la fusión de las cajas gallegas?**

—Creo que las dos cajas están funcionando adecuadamente. Habrá cosas que mejorar, pero soy partidario de mantener el sistema actual; creo que es buena la competencia que existe entre Caixaanova y Caixa Galicia; además, la fusión supondría muchos esfuerzos... No por ser más grande se es mejor. La fusión entre las cajas gallegas no es lo deseable, pero una fusión con otra caja de fuera sería una aberración.

**¿Qué le hace falta a Galicia para situarse entre las comunidades más desarrolladas de España?**

—Trabajar en equipo, aprender a trabajar unidos. El gallego es muy trabajador, pero a veces no sale de su cascarón. Hace falta aumentar la formación y pensar más globalmente, como lo están haciendo las conserveras. La investigación es fundamental y los empresarios deben tomar la iniciativa a la hora de colaborar con las universidades. Nosotros trabajamos, por ejemplo, con la Universidad de Vigo en un aguardiente destilado de castañas. Es importante aprovechar a la gente capacitada de nuestras universidades.



**UNA VIDA DEDICADA A LA EXPORTACIÓN**

José Posada González nació en Vigo el 9 de mayo de 1940. Es Ingeniero Técnico Industrial, enólogo y creador del *marron glacé* gallego en 1984, un producto que comercializa en la actualidad desde Marron Glacé, S.L., empresa que creó en 1990 y de la que es presidente. Miembro de la Alta Sociedad Gastronómica de Rusia y consejero de Mapfre, es además secretario perpetuo de la Irmandade dos Vinhos Galegos. Habla ocho idiomas: castellano, inglés, francés, gallego, portugués, alemán, italiano y ruso. Es autor de varios libros sobre el vino, como “Os viños de Galicia”, “La Metafísica del Vino”, y “Vino y Aguardientes de Galicia”. Presidente del Consejo de Administración de Caixa Ourense desde 1984 hasta 1987, también estuvo presente en la actividad política: fue diputado del Parlamento Europeo por Coalición Galega en los años 1993, 1994 y 1999.

Lleva más de cuarenta años dedicado a la transformación y exportación de castañas y otros productos naturales de Galicia, como grelos, mirabeles y almendrados. Su padre, José Posada Torres, fue pionero en la exportación de castañas gallegas en la década de 1950. En el último año, Marron Glacé participó en ferias y misiones comerciales por todo el mundo, desde Oporto, hasta Angola, pasando por México, Düsseldorf, París o Moscú. Posada es un auténtico embajador de los productos gallegos en el extranjero. Su empresa trabaja productos gallegos de origen natural, por lo que cuenta con el sello de “Agricultura Ecológica” desde el 7 de septiembre de 2005, y es miembro, entre otros, del Consello Regulador de la Indicación Xeográfica Protexida “Castaña de Galicia” y de Proagrosilga (Asociación de productores de castañas y frutos del bosque). Considerada como una empresa gacela por su rápido crecimiento, la firma acaba de llegar a un acuerdo estratégico transfronterizo con una compañía portuguesa especializada en el pelado a fuego y venta de castañas congeladas para compartir sus canales de distribución en toda Europa.