

PATATOTAS, S.L.L.

(Calidade Terra Chá, S.L.L.)



"Tomamos moi en serio unha idea da nosa avoa e elaboramos un estudio de viabilidade "

Francisco Javier Viaño Lara

Datos básicos

Actividade:	Elaboración de patata frita de calidade	
Sector de actividade	Fabricación de produtos diversos	
Nº empregados	6	
Inversión inicial	420.710 €	
Financiamento inicial:	O investimento inicial foi financiado con fondos propios nun 30%. O resto foi financiado a través un empréstimo hipotecario e algunhas subvencións da Consellería de Familia, o IGAPE e un LEADER II.	
Web:		
Municipio:	Castro Ribeiras de Lei, Lugo	Ano creación: 1999

Descrición do proxecto

Trátase dunha fábrica de patacas fritas artesanais. Garantimos que as materias primas son de primeira calidade: a pataca é galega e utilizamos aceite de xirasol. Encanto ao proceso productivo, desenvolvemos un sistema de frito tradicional: frito artesanal en tixola (aínda que son tixolas de 450 litros de capacidade) e non engadimos conservantes nin branqueantes químicos. Desenvolvemos unha excelente xestión de stocks para que o produto chegue sempre fresco ao consumidor.



Datos empresa

Claves do éxito

- A calidade no produto e no servizo.
- Ter identificado un oco no mercado que non estaba explotado.
- A imaxe. A nosa imaxe corporativa é a nosa mascota "Patatota" que é unha planta de pataca coas follas. Tentamos que teña a maior presenza posibel (na furgoneta de reparto, nas bolsas, etc.). Coidamos os cores, o tipo de letra, a presentación do produto en papel aluminio, todos os detalles son importantes para lograr que o cliente perciba, a través da imaxe, a calidade do produto.

Situación actual

A plantilla da empresa está integrada por seis traballadores. O mercado da provincia de Lugo cubrímolos coa nosa propia distribución, e temos ademais persoal autónomo que cubre as bisbarras do Barbanza, Betanzos e Ferrol terra. Temos tamén un pequeno distribuidor no Bierzo, mentres que na Coruña e Santiago traballamos cos nosos medios. O volume de negocio segue medrando a bo ritmo.

Perfil cliente

- O 60% dos nosos clientes corresponden a vendas ao detalle coa nosa propia distribución en hostalería e supermercados.
- O 15% correspondería a vendas en grandes distribuidoras de alimentación (Carrefour, Vegonsa, Cemar, etc.).
- O 25% restante corresponde a vendas en almacéns de distribución de hostalería.



Idea inicial

A nosa avoa é de Madrid e sempre nos comentaba que alí hai decenas de pequenas fábricas de patacas fritas e que era unha mágoa que existindo en Galicia unha especie de tan boa calidade, non se explotase o mercado. Tomamos en serio a opinión da nosa avoa e elaboramos un estudio de viabilidade, no cal contrastamos que a nivel rexional, tiñamos un único competidor serio. Os nosos estudos de mercado prevían unhas perspectivas moi favorábeis e detectamos así un nicho de mercado.

Principales dificultades y amenazas futuras

Nun inicio, tivemos que entrontarnos a todo tipo de dificultades porque comezamos de cero e foi unha aventura.

Na área de produción tivemos problemas importantes (conseguir fornecedores serios e que nos respondesen, etc.). Encanto a aspectos comerciais tamén tivemos problemas para buscar clientes, sen embargo é un produto que se vende moi ben e ten moitos clientes potenciais (véndese en cafeterías, bares, cinemas, locutorios, gasolineras, etc.)

Encanto ao futuro, non temos unha ameaza especial. Sempre existen ameazas, pero se as cousas se fan ben, non debería hacer moitos problemas. O difícil é arrancar, pero unha vez acadado o punto de equilibrio, continuar é máis doado.

Perfil promotores

Javier Viaño traballara en varias empresas, tanto de administrativo como de comercial.

A empresa conta con dous socios máis.

Os promotores crearon a súa empresa cando tiñan respectivamente vinteseis e trinta anos.

Aptitudes necesarias

Constancia, traballo e fe no proxecto.



Guía de Actividad

Sector da alimentación (www.guias.bicgalicia.es)

Motivacións

**A independencia que proporciona
O reto que supón**

**Gañar cartos
Ser o meu propio xefe**

Formación

¿Recibiui información específica sobre a creación de empresas?

Si, o curso de xestión empresarial do programa Lanza e un curso na E.O.I.

¿Considera importante recibir formación específica sobre creación de empresas para desenvolver con éxito un proxecto empresarial?

Si, moi importante, especialmente para a elaboración do plano de viabilidade previo.

Anecdótico

Comezamos a nosa actividade en inverno, no mes de xaneiro, cun frío moi intenso. Debido ás xeadas, en Galicia non éramos capaces de atopar un kilo de patacas para fritir. Estábamos bastante desesperados e chamamos a un empresario de Soria que se dedica ao mesmo. Nas bolsas das súas patacas dicía que fritía en aceite de oliva e que garantía que cultivaba el mesmo as patacas. Pensamos que se en Lugo había xeadas, en Soria sería moito peor, así que contactamos con el para pedirle axuda. Tivemos moita sorte e axudounos, contounos o segredo para poder fritir as patacas nesas condicións. Pedímoslle entón se nos poderían vender 2.000 kilos de patacas para fritir e ter materia prima para un par de semanas (na actualidade fritimos 1.200 kilos cada día e de aquela chegounos para unha semana e media). E fónomos cunha furgoneta a Soria, en medio dunha nevada, para recoller patacas.

