

Esta web utiliza 'cookies' propias y de terceros para ofrecerte una mejor experiencia y servicio. Al navegar o utilizar servicios, aceptas el uso que hacemos de ellas. Puedes cambiar la configuración de 'cookies' en cualquier momento.



GeneArt It

Free webinar – protein engineering
made easy

Register now »

invitro
by Thermo Fisher



**El AVE llega al
Norte**

Desde el martes, a
León en 2 horas

iKreate

martes, 29 de septiembre de 2015

Diario de Burgos.es

LOCAL

Entrevista

«El empresario debe tener imaginación, pensar que el mundo es pequeño y lo puede conquistar»

Gadea G. Ubierna / Burgos - domingo, 27 de septiembre de 2015

Perfil. Nació en Hoz de Valdivielso en 1947, se crió en Logroño, estudió en Barcelona y desarrolló su carrera en Cataluña. Ejerció como economista hasta que en los años ochenta la dietética se cruzó en su camino y en 1991 fundó Naturhouse. Hoy es un grupo internacional en expansión.

Félix Revuelta no solo pensó que el mundo era pequeño y lo podía conquistar, sino que pasó a la acción y, en cierto modo, alcanzó su objetivo. Consiguió que la dietética dejara de verse como algo para enfermos y fue haciendo crecer Naturhouse hasta lo que es hoy: una empresa que desde hace seis meses cotiza en bolsa y tiene presencia en 29 países del mundo; el último, Estados Unidos. Aunque riojano de sentimiento y catalán de adopción, Revuelta explica en una conversación telefónica que ha tratado de mantener el vínculo con la provincia en la que nació y de la que era su madre con veraneos en el valle de Valdivielso - «muy poco aprovechado para el turismo, por cierto»- y con el laboratorio Indusen, que fabrica para Naturhouse y del que es socio.

La dietética se cruzó en su camino, ¿cómo empezó?

Yo trabajaba en una empresa que producía energía eléctrica a partir del efecto térmico, estaba recién casado y, como todo el mundo en aquella época, tenía muchas deudas y letras que pagar. Entonces, necesitaba ganarme la vida y monté una oficina con un compañero para hacer análisis en compañías que iban mal. Dietisa estaba medio quebrada y yo les hice un estudio, me lo pagaron y, al poco tiempo, apareció el mayor accionista de la compañía y me preguntó si podía poner en práctica aquello que había escrito. Llegamos a un acuerdo económico y empecé

a trabajar en la compañía en 1973. Ese fue mi inicio en el mundo dietético.

Naturhouse se fundó en 1991. ¿Cómo nació?

En 1973 la dietética en España era un campo muy experimental, era una cosa negativa porque no se llamaban productos dietéticos, sino alimentos de régimen. Y eran productos para enfermos, los tomaba quien estaba casi muriendo. Pero nosotros vimos que en Estados Unidos era otra historia y consideramos que había que cambiar el marketing para generar una valoración más positiva, con una connotación para sanos. Lo hicimos y Dietisa se convirtió en la número uno de España, pero Dietisa se vendió a una multinacional y yo me quedé sin empleo, así que fundé mi propio grupo.

¿Cómo consiguieron erradicar el estigma y hacer ver que eran para gente sana?

Había que cambiar todo, el producto, el marketing y la publicidad. Se hizo y empezamos a enfocarlos para gente joven, guapa, dinámica... No para quien estaba enfermo, sino para quien tenía salud. Y nos funcionó. En Europa aún no estamos a los niveles de facturación de Estados Unidos, pero vamos subiendo.

En ese sentido, ¿no puede tener que ver que los hábitos alimenticios en Estados Unidos son muy distintos a los europeos, con una tasa de sobrepeso mucho más alta?

Bueno, en Europa vamos creciendo a pasos agigantados. Ayer [por el miércoles] salió una encuesta en la que se decía que el 70% de los españoles tiene exceso de peso y en los niños, un 35%. Entonces, en Estados Unidos no es que se coma mal, también se come bien, pero cuando la renta per cápita de un país sube se come más que cuando está más baja. Si se viaja a Nigeria o a Ghana habrá problema de obesidad en una clase muy minoritaria, pero en los países desarrollados cada vez hay más.

Ustedes afirman que el éxito de Naturhouse está en su método. ¿En qué consiste?

Es muy simple. Empezamos indicando en que la obesidad o el comer también es un problema psicológico, por el cual la persona necesita un estímulo. Las dietas son todas buenas, pero el problema es que muchos las empiezan y nadie las acaba, porque se cansan. Analizamos por qué fallaba ese tipo de apoyo y decidimos que nuestras tiendas deberían estar dirigidas por una dietista o nutricionista que no debería cobrar la consulta porque, si lo hacía, la persona podría pensar que iba a citarlo una vez a la semana por cobrarle. De esta manera puede ir cada semana y comprar o no comprar, porque eso es libre. Entonces, quien pierde 30 o 40 kilos tiene que ir, como mínimo, 50 semanas a nuestras tiendas, porque si no, no adelgaza. ¿Los productos? Los productos son todos buenos; los que vendemos nosotros, como los de todo el mundo, ayudan, pero ninguno adelgaza por milagro.

Ustedes también hablan de la necesidad de reeducar a la hora de alimentarse, ¿a qué se refieren, qué hábitos hay que corregir?

España ha sido el mejor laboratorio en educación alimenticia, porque como es tan variada y tiene unas comidas tan distintas... Lo que intentamos nosotros es que la persona mantenga sus hábitos de comida, pero bien ordenados. No prohibimos una fabada ni una paella, se puede tomar, pero en su justa medida. Ordenando la alimentación diaria, uno puede hacer una vida con una nutrición adecuada y unos hábitos saludables.

El 80% de su negocio está fuera de España. ¿Han tocado techo en el país con ese 20%?

No, no. En España nos queda mucho por hacer, pero hemos pasado una crisis muy fuerte y nuestros productos no son indispensables. La gente no se va a poner a adelgazar cuando no tiene para comer, eso es así de claro. Pero cuando España vuelva a su renta habitual, volveremos a tener más mercado.

¿Cómo repercutió la crisis en el negocio?

Somos una de las pocas empresas que hemos pasado la crisis sin mayores problemas porque lo que dejamos de vender en España lo hemos vendido en otros países. Si no, lo hubiéramos pasado muy mal, como todos.

En el primer semestre abrieron casi un centenar de centros y dice que la crisis en España les tocó. ¿Tienen porcentaje de cierres?

Desde el año 2007 en España han cerrado la mitad, casi 600 centros. Pero no hay más que darse un paseo por Burgos o Madrid para ver la cantidad de locales vacíos que hay, se ha cerrado de todo. Y el pequeño comercio es el que da trabajo porque crea uno o dos empleos; si no existe, hay paro.

Acaban de entrar en Estados Unidos, lo cual significa que Naturhouse ya tiene presencia en 29 países. ¿Cómo explica una expansión internacional tan rápida?

Porque el producto es bueno y satisface al consumidor. Damos un servicio cinco estrellas al precio de tres y eso es fácil de vender. Y luego es una marca consolidada, que se adapta a las dietas de cada país.

¿Cuál es el país con más diferencias con respecto a España? ¿Qué diferencia al método en Estados Unidos de la Península Ibérica, por ejemplo?

Lo primero que hacemos en cada país es montar una tienda piloto y, a partir de ahí, analizamos el mercado. Y en Miami, donde nos hemos instalado, es muy distinto a Nueva York o a California... Cuando empezamos, montamos tiendas propias para hacer este estudio: primero, qué producto funciona y rentabilidad y, después, la adaptación de las dietas al consumidor de cada zona. Y cada país es muy variopinto, la forma de comer es muy distinta y en Inglaterra, por ejemplo, no les puedes quitar el sandwich de pepinillo a mediodía o al indio su picante.

Las tiendas propias son minoría, ¿por qué escogieron el modelo del franquiciado?

Cuando tienes recursos humanos en paro, es una salida muy fácil para montar su propio negocio: no tienen que invertir mucho dinero y, como mínimo, tienen un sueldo asegurado. Y si lo hacen bien, pueden tener grandes ingresos.

¿De cuánto suele ser la inversión inicial para quien se pone?

Oscila en función del local. En este momento, como hay muchos, es más pequeña. Pero antiguamente llegaba casi a 30.000 euros. Hoy la montas casi con la mitad, porque al cerrar tantos locales, no suele ser necesario reformarlos. Ahora es buena oportunidad para abrir tiendas y, de hecho, en España estamos abriendo bastantes.

Un signo de recuperación, entonces.

Sí. En España vemos algún brote verde, cosa que hace un año no veíamos.

Para entrar en Estados Unidos constituyen una filial, ¿no se presentan con el nombre de Naturhouse?

Sí, sí, la compañía es Naturhouse, con las siglas en inglés. Nosotros solo nos expandimos en países con seguridad jurídica, renta per cápita alta y mucha población. ¿Por qué? Porque nuestros productos son para gente que le sobra dinero; si no, no los van a comprar y mucha población porque los países pequeños son más complicados. Los dejamos para los máster, empresarios que montan su propio negocio guiados por nosotros.

¿Qué ha supuesto para la empresa salir a bolsa?

Para una empresa familiar, como la nuestra, es muy importante por dos motivos. Primero, porque te da una marca y eso nos ha venido muy bien para entrar en Estados Unidos, porque no es lo mismo entrar a alquilar un local siendo una cotizada que una empresa familiar a la que no conocen. Y después, porque está profesionalizado. Yo tengo dos hijos y pueden dedicarse a esto como a otra cosa.

¿Hubiera sido posible planificar esta expansión sin salir a bolsa?

Llevamos seis meses en bolsa y apenas hemos empezado, pero espero que sea muy útil para seguir creciendo.

Tienen prevista la apertura de varios centenares de centros en un plazo muy corto.

Sí, pero lo estamos cumpliendo porque estamos en mercados que están en expansión. Pero es fundamental tener

el sello de calidad que da el ser una empresa cotizada en bolsa.

¿No da un poco de miedo que al salir a bolsa se vaya de las manos el control de la empresa, que era familiar?

No. Yo pienso que lo primero que tiene que hacer un empresario es amar lo que hace, porque entonces trabajas porque lo que haces te ilusiona y lo quieres. Después, hay que tener imaginación, pensar que el mundo es pequeño y lo puedes conquistar. Tres, hay que trabajar. Cuatro es rodearte de los mejores. Todos los empresarios tenemos debilidades, hay cosas que no sabemos hacer. Entonces, tienes que buscar a quien sepa más que tú, no a quien sabe menos. Es fundamental rodearse de un buen equipo. Y, en último lugar, nadie crece si no sabe delegar. Nosotros tenemos empresas a dos mil kilómetros de distancia, pero hay un director general que lo lleva todo él y trabaja con mucha independencia.

Antes decía que ve brotes verdes en España. ¿Cree que por fin estamos en la rampa de salida?

El problema es que en este momento vienen problemáticas internas como el tema catalán o unos políticos que no son lo mejor que puede haber y otras externas como la crisis de Ucrania, Siria, China... Todo esto nos va tocando y estábamos empezando a ver brotes verdes, pero si nos viene una inundación o un vendaval, a lo mejor se nos van. Hay muchas incógnitas en este momento y, como es lógico, las empresas internacionalizadas tienen más posibilidades que quienes no lo están.

El crecimiento de Naturhouse va ligado a una cierta creación de empleo, ¿qué cree que habría que hacer para que en España no solo no se destruya sino que se empiece a generar trabajo?

Yo tengo una teoría: el día en el que no veamos tantos locales de alquiler, el día en el que tengamos mucho pequeño empresario y gente que monta su negocio, ese día habremos solucionado mucho problema. Un local vacío son tres o cuatro puestos de trabajo menos y estos empresarios son quienes generan el empleo en el país; las grandes empresas, al final, buscan rendimiento y eso no se consigue a base de meter exceso de personal, sino con el personal justo para que sea rentable. Y con la informática y los medios de producción tan sofisticados que hay, el hombre cada vez va a ser menos necesario y la base de cada país va a ser el pequeño comerciante.

He leído que ha criticado, corriójame si no es así, la tibieza del empresariado catalán con respecto al proceso soberanista.

Yo no he criticado, he llamado la atención hacia un tema. En Cataluña tenemos dos grandes problemas: una brecha social interna y otra externa. Siempre ha habido gente separatista, cada uno piensa como quiere y eso hay que respetarlo. Pero hay otra gente, los que más, que quiere sociedad y que quiere convivencia con otros pueblos. Entonces, dicen que hay un millón de separatistas, pero es que hay otros seis que no lo son y el resto de España trata a los siete millones de la misma forma. Eso es lo no puede ser y es sobre lo que yo me he quejado. Creo que el resto de España tiene que querernos más a los catalanes que nos sentimos españoles.

Y sobre el empresariado...

Y en cuanto al empresariado, hay que tener en cuenta que en Cataluña hay mucha empresa pequeñita que difícilmente se van a pronunciar porque tienen un vecino o dos que los va a criticar y van a tener un problema. También hay mucha empresa familiar, con varios hermanos que no piensan de la misma forma y que no se van a manifestar. Y otra parte del tejido empresarial son las grandes empresas que dependen del sector público y de que les den una obra u otra y tampoco van a criticar. Con lo cual, el poder lo tienen los políticos y solamente a través de una sociedad civil catalana, que es el propio ciudadano, se está poniendo freno a una situación que no queremos la mayoría de los catalanes.

Usted fue promotor de la denominada Societat Civil Catalana.

Promotor no, me hubiera gustado ser tan valiente como fueron ellos, pero me apunté en cuanto me lo propusieron.

Y suponiendo que en las elecciones que se celebran hoy se respaldara la propuesta separatista, ¿mantendría usted la sede de Naturhouse en Cataluña?

Una cosa es lo que se piensa y otra lo que se puede hacer. Yo siempre he dicho que si Cataluña se separa de España, cosa que es improbable e imposible pero supongamos que pueda suceder, habría un problema para los empresarios catalanes. Si salimos del mercado común, yo vendo el 80% de mi producto fuera y tengo que pagar aranceles, por lo que tendré que ir a otra zona que sea mercado común o Unión Europea. Entonces, tendré que salir de Cataluña, pero no porque yo quiera, sino porque no me queda otro remedio. Es que casi te echan. Esperemos que el pueblo catalán, que tiene sentido común, el domingo vote de forma diferente a lo que piden.

He leído que ustedes se marcharon de Grecia. ¿Por qué motivo?

Un día se lo conté al ministro de Economía. En el 2005 empezamos a hacer una expansión internacional y pensamos en Grecia porque era un país cercano a Oriente y podía ser un punto de partida hacia estos mercados. Montamos una tienda en Atenas y fue un desastre. A los tres meses veíamos que pagábamos mucha luz; analizamos qué pasaba vimos que habían puesto todos los pisos [del edificio] enganchados en nuestro contador. Lo quitamos y lo volvieron a poner, en el banco nos inventaban gastos y gastos, el taxista te cobraba el doble... Todo era así, un país al que le faltaba un criterio de seriedad y orden. Entonces supongo que se darían cuenta de que las cuentas que estos señores habían mandado eran todas faltas, pero tardaron mucho:nosotros cerramos la puerta al año y nos fuimos a otro sitio.

¿Ve futuro a la economía griega dentro de la Unión Europea y el euro?

Creo que si ya está dentro debería continuar, pero con ciertas condiciones y un control. Y ya no es lo que ellos hagan, es que Bruselas y los europeos tienen que controlar debidamente a los países para impedir que hagan lo que no deben. Si cada uno hace lo que le da la gana, ya no es una unión.

No mucha gente en Burgos sabe que el propietario de Naturhouse es burgalés, ¿qué relación tiene con la provincia?

Tuve relación por mis abuelos. Mientras ellos vivieron iba un mes o dos al valle de Valdivielso, que es precioso y muy poco aprovechado para el turismo, por cierto. Los pueblos han ido a menos. Pero tengo una compañía con un socio en Burgos, Laboratorios Indusen, así que parte de lo que vende Naturhouse se produce en Burgos.



¿Mejor que Botox?
Dermatólogos furiosos con truco de una madre para parecer más joven



Doctores están asombrados
Mamá local desvela el secreto para perder peso rápido
www.cambogia.es



El Sistema Inmunitario
Descubre cómo funciona y cómo puedes cuidar de él.

iKreate

> Lo Más Leído

La independencia eclipsada

El reencuentro más esperado

MÁS COMPARTIDO te que manipuló el motor de 11 millones de automóviles

Estu dem obra

¡ PARTNER ayer

{ PARTNER } Minutos Descubre

¡ PARTNER stán asombrados.

¿ PAF

[cómo ganar dinero por el comercio de divisas y mate...](#)

[Madre desvela el secreto para perder peso rápido](#) [trucos.com](#)

BY SPRINKLE

> Haz tu comentario

Introduce el texto que aparece en la imagen:



Introduzca el texto

Apodo

Correo electrónico*

Web

Si aún no estas conectado, puedes hacerlo [aquí](#)

Acepto el aviso legal

Enviar

- Los comentarios reflejan las opiniones de los lectores, no de Diario de Burgos.
- No se aceptarán comentarios que puedan ser considerados difamatorios, injuriantes o contrarios a las leyes españolas
- No se aceptarán comentarios con contenido racista, sexista, homófobo o que puedan interpretarse como un ataque hacia cualquier colectivo o minoría por su nacionalidad, el sexo, la religión, la edad o cualquier tipo de discapacidad física o mental.
- Los comentarios no podrán incluir amenazas, insultos, ni ataques personales a otros participantes.
- Diario de Burgos se reserva el derecho a eliminar cualquier comentario considerado fuera de tema.