



Francisco Cremades Almendras Cremades

Con más de un siglo de historia, Almendras Cremades ha evolucionado generación tras generación manteniendo intactos sus valores esenciales: apuesta por la calidad y respeto por clientes y proveedores. Junto a sus hermanos, Francisco Cremades, miembro de la tercera generación y responsable de compras y calidad, lidera una empresa que ha multiplicado su tamaño en las últimas décadas y que hoy afronta nuevos retos de crecimiento y especialización

• ¿Cómo ha sido su trayectoria dentro de la compañía?

La empresa la fundó mi abuelo en 1922 y actualmente estamos en la tercera generación. Yo me incorporé en 1996 y llevo prácticamente toda mi vida profesional aquí. Como nos enseñó mi padre, empezamos desde abajo, desde barrer, cargar y descargar hasta preparar pedidos. Esa forma de aprender el negocio desde dentro es fundamental. Con el tiempo he ido asumiendo más responsabilidades y, actualmente, me encargo de las áreas de compras y calidad.

• ¿Cuál es el legado que han recibido las nuevas generaciones y qué ha caracterizado a su empresa a lo largo de su historia?

El principal legado que hemos recibido es el respeto hacia clientes y proveedores, y una apuesta muy clara por la calidad. Mi padre siempre nos ha inculcado que si partes de una buena materia prima, puedes obtener un buen producto. Nosotros apostamos por aportar valor añadido, tanto en calidad como en variedad. A eso se suma la fidelidad, que es clave: no podemos olvidar que dependemos tanto de quienes nos suministran como de quienes confían en nosotros.

• ¿Cuáles son a su juicio las fortalezas que ha aportado cada generación?

La primera, la de mi abuelo, fue la que fundó la empresa y sentó las bases. La segunda, la de mi padre y mis tíos, hizo crecer el negocio y lo abrió al mercado nacional e internacional. En nuestra generación hemos apostado por la especialización: hemos ampliado las referencias e incorporado numerosas certificaciones de calidad, adaptándonos a lo que nos pide el cliente, lo que nos permite ser muy competitivos en el mercado.

• ¿Y las mayores dificultades a las que han tenido que enfrentarse?

Históricamente, la principal dificultad ha sido la financiación. Mi abuelo empezó desde cero y en la época de mis padres los tipos de interés eran muy elevados, lo que complicaba mucho el crecimiento. Hoy en día, ese problema está más controlado, pero tenemos otros retos, como encontrar personal cualificado. Al ser un sector muy específico, es difícil encontrar profesionales con experiencia, y eso nos obliga a invertir mucho tiempo en formación.

• ¿Cuáles son los principales retos que se han marcado?

Nuestro reto a corto plazo es ampliar la capacidad productiva. Tras duplicar la producción en 2015, las actuales instalaciones de 12.000 m² se han vuelto insuficientes, por lo que ya estudiamos nuevas ampliaciones y maquinaria para volver a aumentar la producción en los próximos dos o tres años. A largo plazo, queremos avanzar hacia productos de mayor valor añadido, como almendra tostada, frita o en pasta.

• ¿Cómo desea ser recordado en la historia de la compañía?

Más que destacar mi figura, me gustaría que se recordara a todas las generaciones que han formado parte de la empresa. El mejor legado sería que el proyecto continúe y llegue una cuarta generación. Ese sería el mayor éxito, y ya hay interés por parte de los más jóvenes, lo que hace confiar en la continuidad de la historia. Y quiero dar las gracias también a todo el equipo humano que nos acompaña y ha acompañado a lo largo de este siglo, que sin ellos no hubiera sido posible.

Luis Cremades Belmonte
e Hijos S.L. HOY

LEMA: 'La creme de la creme'.

PRODUCCIÓN: 8.000 toneladas de grano realizados en un área total de trabajo de 12.000 m².

FACTURACIÓN: 44 millones de euros.

PROYECCIÓN EXTERIOR: Entre 65 y 70% de la facturación.

EMPLEADOS TOTALES: 40-50

