Expansión
Miércoles
16 de septiembre de 2015
CATALUNYA

Can Duran crece a doble dígito e invierte en su planta de Seva

Can Duran, fabricante de embutidos curados especializado en longaniza y fuet, tiene en marcha una inversión de tres millones de euros para ampliar la capacidad de su centro de producción de Seva (Osona). El objetivo de la empresa es hacer frente al alza de las ventas, que han crecido a doble dígito en los últimos cinco años. En 2010, la empresa fue adquirida por David García-Gassull y desde entonces la facturación ha pasado de 6,5 millones a los 16 millones previstos para 2015. P4

David García-Gassull, gerente de Can Duran.

Can Duran duplica ventas en cinco años

LÍDER EN LONGANIZA/ Invierte 3 millones en su planta para afrontar el crecimiento.

Sergi Saborit. Barcelona

David García-Gassull es un ejemplo de directivo que ha sabido reinventarse y empezar de nuevo en un sector que le era totalmente ajeno. Tras ejercer durante doce años como consejero y director general de la cadena de panaderías El Molí Vell, García-Gassull compró en 2010 a la familia fundadora la empresa cárnica Can Duran, especializada en la producción de longaniza y fuet. Se trataba de una marca que por aquel entonces ya poseía una presencia importante en Barcelona y tenía como clientes a cadenas de supermercados como Bon Preu, Caprabo y El Corte Inglés.

Además de la marca, uno de los principales activos de Can Duran era un moderno centro de producción ubicado en Seva (Osona) que el empresario ha ampliado ya en varias ocasiones ante el crecimiento experimentado por el negocio. Actualmente, están en marcha en la planta unas inversiones de tres millones.

En los últimos cinco años, Can Duran ha crecido a doble dígito, con un avance anual medio de la facturación del 22%. Así, las ventas de la compañía alcanzaron en 2014 los 13,3 millones de euros, frente a los 6,5 millones de 2010. El objetivo es cerrar 2015 con unos ingresos de 16 millones, por lo que la firma de Osona habrá más que duplicado su tamaño en el último lustro.

En términos de rentabilidad, Can Duran obtuvo un beneficio neto de 800.000 euros el pasado año –lo que supone un margen sobre ventas del 6%– y un ebitda de 1,58 millones, cifra que quiere elevarse a dos millones en 2015. En volumen, Can Duran fabricó 2.100 toneladas el pasado año y la previsión es sumar un 20% más este ejercicio. En estos cinco años, la plantilla ha pasado de 28 a 52 empleados.

Casa Sendra se internacionaliza en Francia

En su primer año de vuelta al mercado, Casa Sendra prevé comercializar 20 toneladas de salchichón. Se trata de un producto de precio elevado, ya que cada kilo cuesta entre 40 y 60 euros (el precio medio de Can Duran son 7,5 euros/kg) y cada pieza pesa alrededor de 1,3 kilos. David García-Gassull justifica este precio por el "proceso único" de elaboración del producto, que fabrica ahora en sus instalaciones de Seva, en un área diferenciada. Casa Sendra acaba de alcanzar un acuerdo para empezarse a distribuir en el área de París, en charcuterías de alta gama, y busca ahora socios adecuados para entrar en nuevos países europeos. "El gran objetivo es internacionalizar la marca Casa Sendra", dice García- Gassull, que mantendrá a la enseña fuera de la IGP, como ha estado siempre. Para evitar que se repitan conflictos del pasado, se ha eliminado de las etiquetas la expresión *Llonganissa de Vic*.

Elena Ramón

David García-Gassull, gerente y propietario de Can Duran.

Innovación

¿Cuáles son las claves del crecimiento de Can Duran? Desde que tomó los mandos de la empresa, García-Gassull se fijó el reto de convertir a Can Duran en el líder del mercado español de la longaniza. Para ello, ha intensificado la presencia de la marca en las grandes superficies –que generan el 55% de las ventas– gracias al lanzamiento de *Exentis*, una gama de embutidos sin alérgenos, una innovación que, según el directivo, les ha "abierto muchas puertas". La firma está ahora presente en casi todas las cadenas de supermercados, con la excepción de Mercadona. En 2014 incorporó a Carrefour.

"Hemos pasado de ser el séptimo al primer fabricante de longaniza con indicación geográfica protegida (IGP) de Vic", asegura García-Gassull, que ha asumido este año la presidencia de la IGP. Can Duran tiene ahora una cuota de mercado en longaniza de payés del 4,5% en España, lo que le convierte en líder, en competencia con empresas como Argal y Salgot. Es, además, el segundo principal elaborador de *espetec*, a mucha distancia de Casa Tarradellas, líder con una cuota del 80%. En fuet es el quinto del sector.

Tras dirigir doce años El Molí Vell, el empresario se reinventó en el sector cárnico

"Queremos ser los grandes especialistas en estos dos productos", explica. El empresario aprovechó en 2014 una oportunidad de oro para reforzarse en este segmento: compró la emblemática marca de salchichón Casa Sendra después de que su propietario cerrara el negocio.

Casa Sendra volvió al mercado en diciembre y, según García-Gassull, en seis meses ya habían recuperado el nivel de ventas previo al cierre. "Es una marca histórica *premium* que arrastra a todo el grupo hacia un posicionamiento de alta calidad", argumenta.

El canal de venta tradicional genera otro 40% de la facturación de Can Duran y el 5% restante son exportaciones. "Crecer fuera es todavía nuestra asignatura pendiente, pero aún tenemos mucho potencial en España", apunta.