Grup Balfegó invierte 27 millones de euros en una nueva fábrica en L'Ametlla

La empresa ebrense, que comercializa atún rojo salvaje en 32 países, prevé cerrar el ejercicio fiscal con 75 millones de euros de facturación, un récord para la firma

EFE
BARCELONA

Grup Balfegó, la empresa con sede en L'Ametlla de Mar que comercializa atún rojo salvaje en 32 países, prevé cerrar el ejercicio fiscal correspondiente a 2021/2022, que va del 1 de mayo de 2021 al 30 de abril de 2022, con unos 75 millones de facturación, un récord en la compañía. La empresa invierte 27 millones en una nueva fábrica en la misma localidad.

Balfegó pesca atunes rojos cuando está permitido, entre los meses de mayo y junio, y, a diferencia de otras compañías, los traslada vivos a las instalaciones acuícolas que tiene en l'Ametlla de Mar, donde los alimenta con caballa y sardinas para mejorar la calidad del producto.

En junio de 2018 Balfegó sufrió un incendio en su fábrica de l'Ametlla y tuvo que buscar entonces unas instalaciones alternativas para seguir produciendo.

El consejero delegado del Grup Balfegó, Juan Serrano, explica que Balfegó comenzó en febrero de este año a construir una nueva fábrica en L'Ametlla de Mar que ocupará 12.000 metros cuadrados y que quiere que sea «una gran industria alimentaria».

Serrano precisó que invertirán 27 millones de euros en estas nuevas instalaciones, capaces de procesar el atún «tanto en fresco como en congelado», y que deberían estar terminadas a finales de marzo de 2023. Creará 50 nuevos puestos de empleo.

«Haremos una fábrica totalmente moderna», asegura el directivo, quien añade que las nuevas instalaciones estarán también capacitadas para producir incluso para el canal minorista gourmet.

Y es que hasta ahora Balfegó se dirigía exclusivamente al canal de restauración, pero sopesa la opción de entrar en el canal minorista en tiendas de alta gama, para que el consumidor «pueda convertirse en un foodie en su casa», asegura Serrano.

El consejero delegado augura que el ejercicio fiscal de 2021/22 se cerrará con un crecimiento a doble dígito en términos de facturación del 59%, pero Serrano matiza que, si no hubiera habido este problema, al que después siguió la pandemia, se habría logrado una facturación de 61 millones de euros, por lo que él toma como referencia esta última cifra y estima el crecimiento entre uno y otro ejercicio «en torno a un 20%» -un 22,9% exactamente-.

El consejero delegado del Grup Balfegó, Juan Serrano.
FOTO: JOAN REVILLAS

Las ventas
La clave, el mercado español en auge

Los 75 millones de facturación de Balfegó en 2021 se deben en parte a la recuperación del mercado español. Antes de la Covid-19, España «suponía entre el 20 y el 25% de la facturación, lo mismo que EEUU, mientras que el resto de la cifra de negocio lo aportaba el resto del mundo», explica el consejero delegado, Juan Serrano.

En cambio, España habrá aportado este ejercicio «el 30%» de las ventas, calcula el directivo, porque «la recuperación de España de la pandemia en este negocio ha sido mucho más rápida que en EE.UU.» y eso le ha «sorprendido muchísimo», apunta.

Serrano explica que los fletes para transportar su producto por avión se han «multiplicado por cuatro» en algunos países, como en Japón, que es el tercer mercado en volumen por Balfegó.

Un atún rojo salvaje, cuando se vende, pesa aproximadamente unos 270 kilos. En la temporada del 2022, que todavía no ha arrancado, Balfegó prevé una producción de 4,8 millones de kilos de ese pez.

cal -en 2020/21- acabó con unos ingresos de 47 millones de euros, pero estuvo muy condicionado por el temporal Gloria, que se produjo a principios de 2020, ya que el oleaje hizo que 10.000 atunes rojos almacenados en la granja marina que el grupo tiene frente a la costa pudieran escaparse, por lo que se perdió casi toda la producción.

Así pues, la comparativa de la compañía registró pérdidas-

Font: biblioteca.tortosa.cat