



Fábrica del grupo Argal en Lérida. La empresa se sitúa en tercer lugar en el ranking cárnico español.

Argal crece y sigue pendiente de los mercados foráneos

La tercera empresa cárnica del mercado español ha crecido el 8% en facturación. Su objetivo se centra en seguirlo haciendo incluso por la vía de las adquisiciones.

S. RESA

Madrid. Durante el pasado ejercicio, el grupo cárnico Argal ha alcanzado una facturación de 137 millones, lo que representa un crecimiento del 8% con respecto a 2004.

El peso en las ventas del libre servicio, con productos *emblistados* y en bandejas, es uno de los factores que explica tal evolución. Según Antonio Escribà, director ejecutivo de Grupo Alimentario Argal, "la distribución de libre servicio cuenta con un peso del 30% en nuestra cifra de negocio y se concentra fundamentalmente en 25 referencias de loncheados y embutidos ibéricos".

El segundo motor del crecimiento lo constituyen las exportaciones, que representan el 10% de la cifra de ventas del grupo y han obtenido un crecimiento del 15% durante 2005.

Mercados como Escandinavia, Holanda, Inglaterra, Bélgica, Holanda o Portugal son destinos de sus derivados cárnicos, aunque son Alemania y Francia los que experimentaron un mayor desarrollo.

En el mercado germano

el grupo dispone de una sociedad de comercialización desde hace cuatro años, mientras Argal France se puso en marcha en 2004.

Para Escribà ambos países son estratégicos para la compañía, ya que tienen un peso del 40% en el total de las exportaciones. Salchichón, chorizo, lomo y jamón curados son las referencias más demandadas en tales destinos.

Volviendo al mercado doméstico, la distribución minorista se completa con una red de 16.000 puntos de venta especializados, en los que se venden productos al corte. Charcuterías, carnicerías, tiendas delicatessen y tradicionales son los formatos comerciales a los que llega Argal.

El otro gran canal de distribución es el de Hostelería y Restauración, que ya representa el 22% del negocio y ha crecido el 10%.

La compañía catalana, que durante el ejercicio pasado inauguró una fábrica de productos ibéricos en la localidad pacense de Fregenal de la Sierra, ha invertido 16 millones durante el pasado ejercicio.

Para este año las previsiones de inversión se sitúan en siete millones, aunque todo depende de que el crecimiento llegue o no por la vía de las adquisiciones, una de las cuales podría anunciarse a comienzos del próximo año, según ha confirmado Escribà a LA GACETA.