



Xavier Recoder, director general de Chocolates Torras en su factoría de Cornellà de Terri (Girona)

INMA SANZ DE BARANDA

## ALIMENTACIÓN

# Torras apuesta por el chocolate sin azúcar

La compañía fabrica para 14 marcas de distribuidor de la Unión Europea

Toni Garganté

Un total de 20.000 visitas anuales a la fábrica de chocolate, entre las que destacan 3.000 escolares. La fórmula tradicional sigue siendo una de las mejores para conseguir clientes. La compañía ya hace años que está en las redes sociales y que ofrece toda su gama en su tienda online: "es imposible que un establecimiento comercial exponga todos nuestros productos", dice el director general de Chocolates Torras, Xavier Recoder. "El canal de ventas definitivo es el cliente satisfecho, que acaba siendo el prescriptor más convencido", añade.

La competencia en los lineales es feroz, teniendo en cuenta que la empresa catalana compete con gigantes como Nestlé, Lindt o Mars y con marcas más locales como Valor o Lacasa.

Con este panorama, la empresa ha optado por redoblar su apuesta por el chocolate sin gluten y sin azúcar. "Hemos realizado catas a ciegas y nadie ha identificado que el chocolate no llevaba azúcar", argumenta Recoder.

"Nuestra obligación es sorprender al consumidor, y por eso hemos apostado por ampliar esta gama, un nicho pequeño muy importante para nosotros". El azúcar es uno de los principales ingredientes del chocolate, por lo que su sustitución no es fácil. "Hace años que iniciamos el proceso de investigación junto a una empresa belga". De esta forma, Chocolates Torras fue la pionera en lanzar al mercado productos con edulcorantes alternativos como la estevia. La oferta supera los 20 sabores diferentes, con kiwi, coco, plátano, o combinaciones de chocolate blanco con frutas liofilizadas o con bayas de goji, una fruta con propiedades contra el envejecimiento.

La segunda fortaleza de Chocolates Torras es la producción para marcas de distribución, que ya copan cerca del 40% del mercado. La producción para terceros ha traspasado las fronteras, porque la compañía exporta series de chocolate sin azúcar de hasta 14 marcas de países de la UE.

La agilidad de la compañía se entronca con Dolors Torras Rovira, que heredó un molino papelero de Banyoles arrendado en 1819 por su familia, que amplió como obrador de chocolate en 1890. A Melcior Barceló, hijo del segundo matrimonio de Dolors, no le fue el negocio muy bien y tuvo que cerrar la actividad papelera y traspasar la de alimentación, que al cabo del tiempo pasó a manos de la familia Costa, que la mantuvo durante tres generaciones. Ya a finales del pasado siglo, la compañía se apagaba lentamente, hasta que en 1992 fue comprada por la familia matornense del textil Sans. Un año antes, la venta del imperio de ropa interior Abanderado a la multinacional Sara Lee aportó la liquidez suficiente para reflotar Chocolates Torras.

"Nos encontramos con una empresa envejecida, muy centrada en Girona y en el resto de Catalunya. Sin el cambio de accionistas, no hubiera resistido ni cinco años más", destaca el director general. La facturación apenas llegaba a dos millones de euros. Actualmente, Chocolates Torras está presente en 44 países y elabora 2.000 toneladas anuales de producto en la factoría de Cornellà de Terri inaugurada en 1973. Los ingresos llegaron a los 8,3 millones de euros en EL 2013 y la previsión para el año en curso se sitúa en los 9 millones, con un nivel exportador del 30%. "Los gustos varían según las zonas. En América Latina y los países árabes el paladar es más dulce, mientras que en Europa existe una tendencia a consumir chocolates más amargos", señala Recoder.