

## Empresas Servicios

### Socio del grupo LaZentral

Diexca es una de las 18 empresas asociadas al grupo de compras LaZentral, una red nacional de distribución alimentaria para profesionales de panadería, pastelería, heladería, hoteles, restaurantes y cafeterías.



En la web de Diexca existe el 'Racó del client', un espacio en el que se ofrecen recetas.

### Aniversario

# Diexca: 50 años aprovisionando a la hostelería

La firma de La Canonja se consolida como un gran proveedor de productos de alimentación y utensilios del sector hotelero, de la restauración y la pastelería



Imagen del 'cash&carry' de Diexca, en La Canonja.  
FOTO: ALBA .MARINÉ

JOAN MORALES  
LA CANONJA

Cincuenta años han pasado ya desde que en 1973 los hermanos Joan y Josep Canadell se embarcaron en la aventura de poner en marcha en La Canonja una empresa distribuidora de aceite envasado para colmados. Medio siglo después, Diexca está plenamente consolidada como un gran proveedor de productos de alimentación y utensilios para hoteles, campings, restaurantes, pastelerías, panaderías y heladerías.

Diexca cuenta en la actualidad con diferentes líneas que suman unas 12.000 referencias activas de productos. Con ellos, proveen a cerca de 2.000 clientes, la mayoría de la provincia de Tarragona, pero también del norte de la provincia de Castelló, gracias al almacén que el Grupo Diexca abrió en Benicarló bajo el nombre de Blat Blanc. El grupo, entre las instalaciones de La Canonja y las de Benicarló, cuenta con una plantilla de 41 trabajadores.

Las instalaciones de La Canonja disponen de 6.500 m<sup>2</sup> de los cuales 4.500 m<sup>2</sup> están cubiertos: 4.000 m<sup>3</sup> de cámaras frigoríficas y 450 m<sup>2</sup> de cash&carry.

En los 4.000 metros cúbicos de cámaras refrigeradas, la firma guarda la línea de congelado, sobre todo bollería, pan, repostería y pastelería, purés, pizzas o tortillas, que suministran al sector

hotelero y pastelero. Después está la línea de producto seco, donde se incluirían desde aceites y confituras, hasta conservas vegetales y de pescado. Pero, además de los productos alimentarios, Diexca también ofrece utensilios, accesorios y motivos decorativos, sobre todo para el sector de la pastelería.

#### Tres canales de distribución

Josep Canadell, director general de Diexca y segunda generación al frente de la empresa, explica que «es importante remarcar que contamos con tres canales diferentes para llegar hasta nuestros clientes». El principal sería la distribución mediante una flota de vehículos equipados con refrigeración y congelación para ofrecer el mejor servicio con firme compromiso a las tres temperaturas para alimento congelado, refrigerado y seco, garantizando la recepción de los productos en perfectas condiciones.

Además, la empresa cuenta, en La Canonja, con 450 metros cuadrados en los que se puede comprar directamente al proveedor: el cash&carry. Por último, en los últimos tiempos se ha añadido un nuevo canal de compra, como es la App de Diexca.

Respecto al cash&carry, se trata de un supermercado especializado, con una extensa gama de productos con más de 8.000 referencias de decoración, accesorios, materias primas, productos envasados y ultracongelados. Tam-

## 12.000

● Diexca cuenta con unas 12.000 referencias activas de productos, la mayoría nacionales, que distribuye entre sus clientes.

## 2.000

● Diexca tiene unos 2.000 clientes. La gran mayoría son de la provincia de Tarragona, aunque también hay del norte de Castelló.

## 8,5

● El Grupo Diexca (que incluye también el almacén de Benicarló) cerró el 2022 con una facturación de 8,5 millones de euros,

### Acto La celebración reúne a unas 800 personas

● Diexca celebró su 50 aniversario en un acto que tuvo lugar en La Boella el pasado 25 de abril y que reunió a unas 800 personas, entre clientes, proveedores y amigos de la empresa. La fiesta incluyó varias demostraciones a cargo de un panadero, una chef y un pastelero, y degustaciones de productos.

bién dispone de libros especializados y recetarios.

#### Formación

Al margen del cash&carry, uno de los activos de valor añadido de la empresa son los cursos de formación. Desde hace años, los responsables de la firma han tenido muy claro que el mercado evoluciona muy rápidamente por lo que los profesionales del sector de la restauración, la pastelería y la panadería deben actualizar conocimientos y reciclarse para poder adaptarse al mercado.

Por este motivo, la empresa impulsó hace tiempo un aula de formación para estos profesionales, un servicio que «con la pandemia se paró y que ahora lo hemos retomado. No con el ritmo de antes, pero vamos haciendo cosas», explica el director general de

Diexca. Los duros años de la pandemia no solo afectaron al aula de formación, sino a la facturación de la empresa, que «se redujo un 50%», comenta Josep Canadell, quien añade que «muchos locales de hostelería cerraron y no compraban. El canal de panadería siguió funcionando al ser un bien de primera necesidad, aunque a un ritmo menor».

Gracias al crecimiento de la empresa con la compra del almacén de Benicarló, la facturación ha ido creciendo desde 2017 (a excepción de los años de la pandemia), hasta los 8,5 millones de euros facturados en 2022.

#### Productos propios

Entre la amplia gama de productos que ofrece Diexca, algunos se comercializan bajo una marca propia: La Florida. Se trata de productos con mucha rotación en la hostelería. Además, la empresa también comercializa como marca propia Labora, una marca de productos profesionales que ha creado LaZentral -un grupo de distribución alimentaria a nivel nacional al que pertenece Diexca- con el objetivo de unir a los mejores profesionales de materias primas del mundo de la panadería y pastelería con el mejor servicio.

Por último, en su catálogo también figura una treintena de marcas colaboradoras con Diexca, como pueden ser Europastry, Daylet, Carretilla, Calvo o Nutella, entre otras.