



Alberto Ferrán:

“Chile está dividido entre hallulla y marraqueta”

Constanza León A.

En 1884 la panadería San Camilo funcionaba en la misma esquina de San Pablo con Matucana, donde está la fábrica, en Santiago Centro. Cuando el pan se repartía en carretones que eran tirados por caballos que se guardaban en los establos del mismo recinto. El negocio comenzó con los hermanos Ferrer Torres, que pronto lo dejaron en manos de Antonio Ferrán Sabaté, un hábil inmigrante catalán que más tarde tomaría las riendas del negocio.

Hoy San Camilo cumple 140 años, 100 de ellos en manos de la familia Ferrán, con 63 locales en 17 comunas y dos salones de té. Y con esa misma fábrica funcionando a tiempo completo los siete días de la semana —con 1500 personas trabajando— para despachar tres veces al día a cada local.

“En 1920 llega mi abuelo de España y

El ingeniero, gerente general de San Camilo, y descendiente del catalán que impulsó el negocio hace 100 años, habla del pan como patrimonio cultural y de su propia historia, que los tiene vendiendo 350 mil kilos de pan al mes en 63 locales en la capital.

ahí comienza nuestra historia. Yo soy tercera generación de la familia del negocio y hoy día incluso la cuarta ya está presente en el directorio. Esta es una empresa 100% familiar. Son cinco ramas Ferrán los que estamos acá”, señala Alberto Ferrán López, gerente general de San Camilo hace doce años.

Ingeniero comercial de la UC, es MBA de la Universidad de California (UCLA), ganó experiencia en CCU, Unilever, LAN, estuvo en el Consejo de la Sofofa hasta 2022 y hasta hoy integra los directorios de la Cámara de Comercio de Santiago y del Hogar de Cristo.

“Mi abuelo venía con lo puesto, con 20 años, a trabajar en lo que saliera. Al poco tiempo, tomó la administración del negocio y después se hizo socio. Hace unos 15 años, los Ferrer vendieron su participación y nosotros quedamos como único dueño”, relata.

—¿Qué significó para ti crecer en

este mundo del pan?

—Yo nací en España y nos vinimos a Chile cuando yo tenía seis años. Mi papá, Cayetano Ferrán, junto a mi tío Antonio, secundaron a mi abuelo. Desde siempre, el pan, las empanadas, la bollería, los berlines están presente en nosotros. No solo en las comidas, también en las conversaciones. A veces mi papá llegaba con productos de otras panaderías para probar y que opináramos. Nos iban involucrando inconscientemente desde pequeños. En los veranos, veníamos a trabajar envolviendo pan de pascua. Trabajé en el empaque y en área mecánica también, cambiando ruedas y aceite.

—¿Te volviste un experto en pan desde chico?

—Diría que uno cultiva las distinciones. Están todos los sabores, uno aprende a distinguir sabores, olores, texturas, ingredientes. Te entrenas solamente porque probaste muchas veces. Es como con

el vino; te conviertes en un conocedor de a poco, sin darte cuenta. Todo este mundo organoléptico tiene que ver con la capacidad de asociar en base a la experiencia.

—**¿Hay mucho de evocación emocional que provocan estos productos?**

—Uno ni siquiera es consciente de lo que representa San Camilo para mucha gente. La gente tiene muchos vínculos emocionales con San Camilo. Mira esta foto de la "Panadería y Fuente de Soda" de 1922 (una de varios registros históricos que tiene en su oficina). Hay gente mayor que viene a contarnos que los traían sus abuelos. Gente que pasaba por acá camino a la Quinta Normal o la Estación Central. Constantemente estamos recibiendo esas historias. San Camilo es una historia que traspasa generaciones.

"Están las mascotas, el fútbol y el pan"

Varias de las historias de las que habla Ferrán, están en el libro «San Camilo» (2019). "Un señor nos contaba que tenía problemas familiares con la madrastra, se fue de la casa siendo muy pequeño y había pasado tres días sin comer. Llegó a un local de San Camilo y la persona que atendía lo vio con hambre y le dio unos panes. Muchos años después esa persona me llamó para contarme que nunca olvidó eso. Uno queda helado", recuerda.

Y otra parte figura también en el libro «El Pan en Chile» (2016), un rescate histórico que encabezaron durante dos años, Alberto y Antonio Ferrán, junto a las editoriales Memoria Creativa y Hueders, que reúne 120 entrevistas y más de 90 panaderías de todo el país. "Un trabajo con historiadores, periodistas, fotógrafos ¡Mi quinto hijo! Un libro de referencia para cualquier persona que quiera entender la historia del pan en Chile hoy".

—**Ese libro fue elegido Mejor publicación 2016 del Círculo de Cronistas Gastronómicos, ganó el Premio Municipal de Literatura de Santiago en 2017 y ese mismo año el de la Cámara Chilena del Libro. ¿Cómo fue el feedback que recibieron?**

—El proyecto generó mucha adhesión en todo sentido. Los panaderos son buenos para trabajar día a día, porque hay que sacar las marraquetas día y noche, pero son malos para registrar su propia historia. Cuando tratábamos de levantar fotos de alguna panadería, nadie tenía. Está todo el mundo está con las manos en la masa. Y nadie con esa perspectiva histórica para ir dejando registros de cómo va evolucionando.

—**¿Por eso mismo está la idea de un museo San Camilo?**

—Nosotros restauramos la casa donde vivía mi abuelo, que está aquí al lado de la panadería. Hoy la usamos como sala de capacitación, pero está la idea de desplegar nuestra historia y hacer un Museo San Camilo. No sé qué tan atractivo sea para la comunidad, pero es una buena historia. Nosotros abrimos nuestras puertas tam-



El que aumenten las variedades y los actores nuevos, pone a esta categoría en el radar de la gente y al final hace que aumente el consumo".



Hay una responsabilidad que le compete a la autoridad frente a la delincuencia. Se hacen cosas, pero no es suficiente. Se requiere mano más dura".

bién para el Día de los Patrimonios. Porque también resguardamos el patrimonio gastronómico de muchas recetas de nosotros: mantecados, almendrados, los empolvados, la coliza. Y todo el registro de lo que significa el desarrollo industrial de la panadería en Chile.

—**Parece haber un vínculo con el pan en particular que provoca algo especial en la gente, de manera transversal.**

—El pan es especial. Están las mascotas, el fútbol y el pan. Siempre un reporte de cualquiera de esos temas atrae la atención de la gente. La marraqueta y la hallulla nos identifican mucho y están presentes en el día a día.

—**¿Sigue esa disputa histórica hallulla versus marraqueta? Algo así como Coca-Cola o Pepsi, ¿no?**

—Ventana o pasillo, digo yo. Falta un estudio sociológico que determine por qué hay gente que prefiere la hallulla y otra la marraqueta. Chile está dividido entre hallulla y marraqueta. Es mitad y mitad. 25% de la venta es hallulla y 18% es marraqueta. Hay gente que es marraqueta y gente que es hallulla ¡y no los sacas de ahí! Falta saber si eso responde a algún patrón (risas).

—**Chile siempre aparece en el segundo o tercer lugar entre los países que más consumen pan en el mundo, con 90 kilos al año por persona.**

—El consumo del pan está en los barrios. Es indudable que estamos entre los países que más consumen pan. Puede que esa sea una aproximación también respecto a los consumos de harina. Yo creo que históricamente puede haber sido más, cuando el país era más pobre y la incidencia del pan en tu dieta diaria era más grande. Pero diría que de un tiempo a esta parte, el pan se ha ido revalorizando y han habido ciertas innovaciones. Por ejemplo, la moda del pan de masa madre en pandemia. Ahora, ¿cuánta gente lo sigue haciendo?, no sé, es trabajoso.

—**¿Cómo les afecta a ustedes la proliferación de panaderías boutique, con panes cada vez más sofisticados?**

—El mercado es muy grande, entonces cuando en una categoría entra innovación, finalmente agranda la torta. Nosotros tenemos mucha competencia, porque uno compete con la panadería de barrio y también con los supermercados. Pero el que aumenten las variedades y los actores nuevos, pone a esta categoría en el radar de la gente y al final hace que aumente el consumo.

—**¿Qué cifras manejan al día hoy en su producción?**

—Ocupamos 11 toneladas de harina al día. Incluye pan, empanadas, pastelería, bollería. Son 350 mil kilos mensuales de pan que se venden en los 63 locales de San Camilo; más de 50 tipos de pan. Nuestros productos estrella: la hallulla, la empanada de pino, berlín crema, la torta chantilly piña, la que más me gusta.

—**Hay un nuevo tipo de alimenta-**

ción en la gente, entre alergias alimentarias y dietas de distinto tipo que no existían hace 10 o 20 años atrás. ¿Hace una diferencia en el consumo?

—Hay una mayor conciencia alimentaria y muchas más alternativas para veganos, vegetarianos, intolerantes al gluten, etc. Pero parece que cuando llega el invierno y hace frío, a todo el mundo se le olvida la dieta (risas). Quizás están haciendo más deporte o compensan mejor, pero el gusto de comer rico se lo dan igual.

"Estamos afectados por el entorno"

"Yo diría que la clave es que este negocio, no solo nosotros, premia la constancia y la perseverancia. Esto se trata de sacar marraquetas frescas todos los días. Lluvea o truene. De lunes a domingo, de 7 de la mañana a 10 de la noche. Y lo otro, es la importancia de ir transmitiendo en las generaciones el cariño por el negocio, por alimentar esos vínculos emocionales", añade Alberto.

—**¿Y cómo los afectó la pandemia?**

—Primero la crisis social, octubre y noviembre de 2019, cuando las ventas cayeron un 25%. Tenemos muchos locales en el centro y también en los metros, por lo que la pandemia y la crisis social fueron dos golpes muy importantes. En la pandemia nuestras ventas se fueron a menos de la mitad, por lo menos por cuatro meses. La gente no dejó de consumir pan, pero como estamos en lugares de alto tráfico, la gente no pasaba. No cerramos locales, pero operamos con mucha dificultad. Y duró muchísimo más de lo que todos pensamos.

—**¿La pandemia transformó el negocio de alguna manera?, ¿en algún aspecto?**

—El e-commerce nos ayudó y se mantiene hasta hoy. Tenemos cobertura en el 90% de Santiago. Hoy la entrada en la web es como un local más. Es una compra muy impulsiva, porque a veces solo entran porque quieren un berlin o una medialuna.

—**¿Y cómo viven hoy el tema delincuencia que afecta al Barrio Yungay?**

—Nosotros estamos afectados por el entorno. Sin duda, nos afecta el comercio informal, la delincuencia, el narcotráfico. El entorno es más peligroso. Hay una responsabilidad que le compete a la autoridad y a los que tienen la capacidad de hacerle frente a la delincuencia. Se hacen cosas, pero no es suficiente. Se requiere mano más dura. El narcotráfico es más sofisticado, más violento, tiene más poder de fuego. Hay que hacerle el contrapeso. Nosotros cerramos a las 9 de la noche, porque mucha gente pasa a comprar pan antes de volver a la casa. Tenemos un costo extra en cámaras de seguridad, guardias, cerco eléctrico, iluminación. Ahora, también vemos que hay mucho cariño de los vecinos. Porque nadie quiere que se vaya su panadería. Nosotros los atendemos a todos acá y hay un cuidado de vuelta.