

Empresas Avicultura

Hamburguesas

Las hamburguesas y las butifarras que elabora Granja Gaià utilizan como materia prima muslos y pechugas de pollo. Los subproductos se destinan a alimentación animal.



Hay productos que añaden cerdo para ganar textura con grasa de calidad.

Agroindustria Segunda generación de la saga de los Ramon

Pollos familiares

Granja Gaià, en La Riera de Gaià, ha decidido hacer de la proximidad y la venta al comercio local el centro de su estrategia de negocio

RAFAEL SERVENT
LA RIERA DE GAIÀ

En Granja Gaià, los pollos son de la familia. Criados en la decena de granjas integradas con las que cuenta esta empresa avícola a lo largo del valle del río Gaià, su radio de distribución óptimo, que ellos llaman su «zona de confort», abarca no más de treinta minutos por carretera desde el centro de producción que tienen emplazado en La Riera de Gaià (Tarragonès).

Pollos familiares, de proximidad, kilómetro cero. Ésa fue la apuesta estratégica que emprendieron hace apenas siete años en esta empresa fundada por los hermanos Josep Maria Ramon y Ricard Ramon en el año 1962.

Josep Maria Ramon, jefe de ventas de Granja Gaià. FOTO: PERE FERRÉ



Lo cuenta Josep Maria Ramon Espina, jefe de ventas y segunda generación en el negocio de la familia Ramon, que hoy comparte con otros dos hermanos y un primo. «Es un cambio -explica Josep Maria Ramon- que se ha ido produciendo desde el año 2010. Hemos ido dejando las ventas al por mayor y nos hemos dedicado al reparto en proximidad. Ahora llegamos directamente al establecimiento final, con un producto de proximidad con proveedores locales y clientes locales».

Hasta Barcelona como mucho Tarragona, Reus, El Vendrell y Valls son el mercado en el que se centran ahora en esta empresa que emplea a unas 50 personas de forma directa y a otras 10 de manera indirecta, a través de sus granjas integradas (el propietario y gestor de la granja es otro empresario ajeno a ellos, pero los pollos que hay en esa instalación pertenecen a Granja Gaià, que les suministra el pienso y los detalles de cómo deben ser criados).

En Granja Gaià pueden llegar a estirar el reparto -mediante su flota propia- hasta Barcelona, Vilafranca del Penedès, Sant Carles de la Ràpita o Vimbodí i

Poblet (en el punto más cercano a la demarcación de Lleida que alcanzan), pero no más allá. Si lo hiciesen, perderían su vocación de productores locales para el mercado local.

Por el matadero industrial de La Riera de Gaià, que a la vez hace las funciones de sala de despiece y procesado, además de fábrica para los productos precocinados que elaboran, pasan cada semana entre 20.000 y 25.000 pollos para sacrificar. Salen transformados en más de 300 referencias distintas de producto. Muslos, pechugas y alitas de pollo en bandejas de distintas medidas, pollos enteros, hamburguesas y butifarras de pollo, canelones y croquetas... la lista es interminable. Al pollo como materia prima principal se añaden, además, otros productos cárnicos como el pavo, el conejo, la pularda o la perdiz, entre otros muchos.

El 30% de la producción de Granja Gaià son canales (es decir, piezas enteras limpias y evisceradas), seguidos de productos despiezados (muslos, pechugas, fileteados...), que representan un 25%, productos elaborados como butifarras, hamburguesas o albóndigas (un 20% de la producción), huevos y ovoproductos (un 8%), precocinados (croquetas, canelones) con un 5%, y otros productos (caracoles, huevos pasteurizados, foie...) con el restante 2%.

'Halal' y ecológico

En la diversidad de productos está parte de la fortaleza de esta empresa familiar, que lleva instalada de forma estable en una facturación de alrededor de 6 millones de euros durante los últimos años. «En la primera crisis [a partir de 2008] nos fue muy bien», asegura Josep Maria Ramon Espina, que explica que el cierre de algunos competidores locales, unido al cambio en los hábitos de consumo



de muchos ciudadanos (el pollo ganó peso en las cestas de la compra, en detrimento de otras carnes más caras), les ayudó a mantener su actividad sin demasiados sobresaltos.

El giro local y de proximidad llegó con la segunda caída de la Gran Recesión, donde el segundo descenso de una crisis en forma de 'W' arrancó en el año 2010. Fue la consolidación de una apuesta por diferenciarse mediante productos no sólo de proximidad, sino en muchos casos altamente especializados y de nicho.

Es el caso de la carne de pollo *halal* (apta para el consumo por parte de musulmanes), empezaron con este nicho de mercado en el año 1995. De forma paulatina fueron añadiéndose otros productos orientados a perfiles de consumidor muy concretos. Ahí está la gama ecológica, que abarca desde los huevos hasta los pollos enteros, o líneas intermedias como los pollos 'de pagès', criados con más tiempo de crecimiento y en condiciones particulares.

Nada es determinante, pero todo suma en esta empresa que basa su éxito en los detalles.

La historia

De la huerta a la avicultura

● Planteles de tomates

Aunque oficialmente va por la segunda generación, Granja Gaià remonta sus orígenes al abuelo que se dedicaba a la producción de planteles de huerta, y que empezó a criar también pollos y gallinas en la finca familiar.

● **Pollos al detalle** No fue hasta la década de los años sesenta del siglo pasado cuando entraron de lleno en la avicultura moderna, coincidiendo con la apertura de un comercio (que a la vez era matadero de aves) en la plaza Corsini de Tarragona. Allí, los clientes compraban el pollo vivo y volvían al rato a recogerlo ya sacrificado y limpio. En 1962 inauguraron su matadero industrial en La Riera de Gaià.

Huevos para todos

Los huevos y ovoproductos suponen un 10% de la facturación anual de Granja Gaià. Distintos formatos y líneas de producto abarcan desde huevos de codorniz hasta huevos ecológicos.



300

Referencias
Más de 300 referencias de producto sustentan el negocio de esta empresa familiar.

6

Millones
La facturación anual de Granja Gaià se mantiene estable en los seis millones de euros.

Procesado de productos avícolas en la planta de Granja Gaià en La Riera de Gaià, donde trabajan 50 personas.

FOTO: PERE FERRÉ



Impulsa tu proyecto.
Lidera tu empresa.

Tu **INSTRUMENTO**
de promoción económica.

Tu **MARCA** de **APOYO**



El próximo **jueves 23**
con el Diari de Tarragona
el suplemento **CAMP de VALLS**