

## **Grup Viñas: 50 anys al servei del client**

L'entrevista que podeu llegir a continuació, ha set possible gràcies a les declaracions de la Glòria Viñas, Josep Viñas, i del Joan Valls.

**El Grup Viñas compleix, l'any 2012, 50 anys. Ens podeu fer cinc cèntims de la trajectòria de l'empresa? Quins són els valors que us han portat fins aquí? I podríeu destacar el moment i l'element clau que van fer possible un salt de qualitat?**

Els pares de la Glòria i en Josep Viñas, fa 50 anys, van obrir una carnisseria al carrer de la Calla de Vic. Amb el temps, van començar a proveir altres carnisseries de la comarca i començaren a fer camí. A finals de la dècada dels 70, arrel de l'èxit del negoci, participen d'un gran magatzem frigorífic i sala de desfer a Vic arribant ja a un àmbit de la província de Barcelona, mentre la carnisseria continua al servei del client. Tot i que en la dècada dels 80 es quan es crea la raó social, J.Viñas S.A., en ple procés d'integració de bestiar en granges de la zona, serà a partir de l'any 1992 quan es fa un salt important al marxar cap al polígon de Vic, a l'illa càrnia, i sobretot a partir de l'any 1997, amb l'obertura de l'escorxador i la sala de desfer. Alhora, passen a engreixar els animals en granges pròpies i l'empresa ja està present en els mercats nacionals i internacionals. I en l'última dècada, que ens porta fins avui en dia, amb l'introducció d'una marca pròpia, Vedella Nostra, que ha permès tancar tot el cercle del procés productiu. Compren el vedell petit, l'engreixen en granges pròpies i algunes d'integrades, el sacrifiquen, l'especegen i el distribueixen.

En el sector que ens movem, l'agroalimentari, hi ha dos valors essencials que s'han de complir : la qualitat i la seguretat. Des dels inicis, s'ha treballat i s'ha dedicat molts esforços i diners a millorar el benestar de l'animal en totes les seves fases: engreix, sacrifici, i especejament. Diuen que si t'equivoques en aquest sector, el client automàticament perd la confiança.

**Fa poc heu tret una marca pròpia, Vedella Nostra. La millor manera de ser competitiu en el mercat de la carn de boví és tenir tot el control del procés? En aquest sentit creus que la dimensió és una variable de primer ordre per ser-ho? I quines variables més afecten a la competitivitat de les empreses en el vostre sector?**

Hem tret al mercat la marca *Vedella Nostra*. És el resultat d'una alimentació sense grasses d'origen animal, d'un control exhaustiu del benestar animal, d'un procés de traçabilitat i sobretot per una aposta per la màxima qualitat de la carn. De moment, al no disposar de botigues pròpies, ho venem a través de distribuïdors. En el nostre afany per arribar al client final i tot i sabent que la comercialització al consumidor final és complicada (hi incideixen múltiples variables), a l'entrada de l'empresa hi podem trobar una petita exposició de la nostra marca de vedella en diferents formats.

Som rotunds amb el fet que tenint el control de tot el procés podem optimitzar recursos i detectar i satisfer millor les necessitats dels clients, que ens fa ser molt més competitiu en el mercat. En aquest sentit, no ens imaginem les granges sense l'escorxador, ni a l'inrevés, ja que totes les parts formen un tot. D'aquesta manera podem fer un producte segons les necessitats del client.

En un mercat global, tenir una dimensió mínima és vital. En la part de producció de bestiar és quan es nota més, ja que si ets molt petit no cobreixes costos. Tot el que produïm ho sacrificuem nosaltres, que és aproximadament el 25% de la producció, i la resta, la comprem al mercat.

**Quin és el mercat del producte vostre, local o global? Com feu arribar la vostra marca al mercat? A Espanya actueu a través d'unes delegacions a Madrid i València? És la millor manera d'arribar a un mercat?**

El nostre mercat fora d'Espanya, és bàsicament dins la UE. Exportem el 20% de la nostra facturació a Itàlia, Portugal, França, Alemanya y Rússia i també fem d'intermediació per tercers països al tenir un dels pocs escorxadors d'Espanya homologats per exportar Rússia, degut als forts requisits en temes de seguretat alimentària vigents.

Alhora, tenim com a objectiu, a curt termini, l'entrada a països del Magreb com el Marroc, Egipte, Argèlia o Tunísia que són grans consumidors de carn Halal, però no és fàcil entrar-hi degut a les barreres aranzelàries i comercials existents.

Avui per exemple, tenim la visita a les nostres instal·lacions d'empresaris de Turquia i el Líban per arribar a futurs acords comercials.

Pel que fa al mercat espanyol, estem presents d'una manera activa a través de les delegacions de Madrid i València, ja que creiem que és la millor manera de gestionar-ho i arribar al client. A Madrid, comptem amb una cambra frigorífica de lloguer on fem venda a l'engròs, i a València, hi tenim una petita sala de desfer. Tot es produeix a Vic i s'envia posteriorment cap aquestes delegacions.

**Ja heu adaptat les explotacions a la nova normativa de benestar animal?**

Totes les nostres instal·lacions ja estan adaptades a la nova normativa de benestar animal. A més, l'empresa està en un projecte d'innovació i desenvolupament per millorar el benestar animal en col·laboració amb el Centre per al Desenvolupament Tecnològic Industrial (CDTI), que pretén analitzar i avaluar els factors en termes de benestar animal que afecten la qualitat de la carn. Es compon de dos fases i aquest mes ja comencem la segona, que durarà aproximadament un any. Un cop finalitzat, es treuran les pertinents conclusions.

**Esteu immersos en un procés d'inversió en unes instal·lacions d'especejament i magatzem frigorífic per augmentar la capacitat productiva i anar cap a altres mercats internacionals. Com està a dia d'avui?**

Hem arribat a un punt de màxima capacitat d'especejament i necessitem més espai. És per això que estem construint una sala d'especejament nova que ens permetrà duplicar el volum de producció i adaptar-nos a les tendències del mercat que apunten cap a la compra de llescats, productes al buit, etc..i hem d'apostar fort per aquesta part del procés i arribar als potencials clients que compren aquest productes. Quan exportem ja

ens demanen que els productes es presentin d'aquesta manera i no en canal, la qual cosa és un argument més pel canvi.

### **Com veieu el present i el futur del vostre sector que en aquest cas engloba les diferents parts del procés?**

El camí passa per internacionalitzar-nos cada vegada més. La feblesa de la demanda interna ens obliga a tots plegats a mirar cap a fora, potenciant mercats on ja hi som presents i arribant a d'altres com els comentats anteriorment, com poden ser els de la zona del Magreb. Estem fent el que el sector del porc ja porta fent fa molt més temps, però sabent que s'ha d'estar preparat, tenir unes bones instal·lacions i, en definitiva, continuar invertint.

En tot aquest procés el que ens condiciona més és la part de l'engreix del bestiar degut a l'alt preu de les matèries primeres com els cereals. I a curt termini no s'albira cap canvi de tendència. En un 80%, l'augment del preu és per culpa de l'especulació, i la resta per altres raons com les sequeres, l'escassetat o l'augment de la demanda. Al ser una crisi financera global, els recursos financers i econòmics van cap a valors refugi com l'or, la plata i també els cereals que sempre tenen un valor al tenir sortida en els mercats. Fins que no exploti aquesta bombolla, els que ens dediquem a la producció ramadera anirem molt ofegats.

### **Com gestioneu una empresa d'èxit com la vostra?**

Tot i que som una empresa familiar, el fet d'anar creixent fa que t'hagis de professionalitzar moltíssim, amb la creació de departaments que gestionin els teus propis àmbits sota la supervisió de la direcció. Un pla estratègic a llarg termini que ens marca les línies generals a seguir i tot una sèrie d'accions a curt termini executades pels diferents departaments, afegint cada un d'ells, valor al procés.

Cada vegada més, es necessita gent més especialitzada (posa l'exemple dels veterinaris) en cada part del procés per donar més valor afegit i treure millors productes de forma permanent.

Actualment els dos fills en Josep i la Glòria dirigeixen l'empresa amb la col·laboració d'un gran equip. La tercera generació s'està formant acadèmicament i fent pràctiques a l'empresa perquè en els propers anys es puguin incorporar a l'organització i continuar el procés de creixement emprès pels seus avis i pares.