ORIOL CERVANTES Director comercial de Reserva Batallé

“No todos los Duroc son iguales”

Oriol Cervantes explica cómo Grup Batallé combina genética propia, control integral de la cadena, sostenibilidad y una estrategia orientada a crecer en valor en los mercados nacional y europeo.







Grup Batallé en Riudarenes.

Batallé es una empresa familiar con más de un siglo de trayectoria que ha construido su crecimiento alrededor de una idea: controlar cada etapa para garantizar calidad, trazabilidad y diferenciación. Desde la genética y la alimentación hasta el sacrificio, el despiece y la curación, el grupo integra toda la cadena de producción porcina. A ello suma una apuesta continuada por la innovación, el bienestar animal, la sostenibilidad y la mejora nutricional de sus productos, manteniendo al mismo tiempo los valores familiares que han acompañado a la compañía desde 1920.

¿Cómo se mantiene la identidad de una empresa familiar después de más de cien años de crecimiento y transformación?

Nuestro sector es muy irregular y muy sensible a todo lo que ocurre a nuestro alrededor: la geopolítica, los conflictos internacionales, los cambios normativos y la burocracia, o las crisis sanitarias que afectan a los animales. En más de cien años hemos vivido épocas mejores y peores, pero hay algo que nunca hemos cambiado: mantener unos estándares de calidad fijos.

Cuidamos todo el proceso, desde la alimentación de los animales hasta el final de la cadena, para garantizar que nuestro producto sea siempre regular y para seguir mejorando continuamente. Esta manera de trabajar, que viene de una familia de ganaderos y carniceros, es la que nos representa y la que nos ha permitido llegar hasta donde estamos hoy.

¿Qué aporta disponer de una genética propia y trabajar durante décadas sobre la mejora del Duroc?

En 1983 incorporamos el Duroc a Batallé y pusimos en marcha un programa de hibridación propio para adaptar el cerdo a las necesidades del mercado. Al principio el Duroc era una línea más dentro de ese programa. Con el tiempo nos dimos cuenta de las cualidades excepcionales de la raza y, a principios de los noventa, decidimos apostar por una línea de genética pura, Duroc 100%. Hoy es la imagen de la empresa: el cerdo que identifica a Batallé.

> “Hay algo que nunca hemos cambiado: mantener unos estándares de calidad fijos”

¿Qué tiene de especial? Su capacidad de infiltrar grasa en el músculo, que es lo que aporta sabor y jugosidad a la carne, y su alto contenido en ácido oleico, un ácido graso monoinsaturado también presente en el aceite de oliva. Durante los últimos cuarenta años, mediante la selección genética y en colaboración con centros de investigación como el IRTA y la Universitat de Lleida, hemos potenciado estas cualidades hasta obtener un producto que está por encima de los estándares del mercado. Por eso decimos que no todos los Duroc son iguales.

¿Qué cambia cuando una compañía controla toda la cadena, desde la genética hasta el producto final?

Controlamos todas las etapas: la genética, el pienso, la cría en nuestras granjas, el sacrificio, el despiece y la curación de jamones y paletas en Granada. Esto nos aporta tres cosas. La primera es regularidad: el cliente recibe la misma calidad durante todo el año. La segunda, trazabilidad: sabemos de dónde viene cada pieza y cómo se ha criado cada animal. Y la tercera, flexibilidad: cuando el entorno cambia, podemos adaptarnos con rapidez porque todas las decisiones están en nuestras manos. Además, lo que aprendemos en una etapa lo aplicamos en las demás, y eso nos permite seguir mejorando día a día.

¿Qué papel juegan hoy la sostenibilidad, el bienestar animal y el compromiso social dentro del modelo de Batallé?

La responsabilidad social tiene cada día más peso en nuestro entorno, y nosotros apostamos por ella desde hace años.

En medio ambiente, trabajamos para reducir nuestra huella de carbono. En nuestras instalaciones industriales, las placas solares ya cubren alrededor de un 15% del consumo eléctrico, y estamos tramitando un nuevo parque fotovoltaico, un proyecto integral con la Fundación Emys que incluye un refugio de fauna silvestre y cultivos para polinizadores. También aprovechamos el calor de nuestros equipos de frío para calentar agua, con el objetivo de reducir a la mitad el consumo de gas, y depuramos el agua para poder reutilizarla.

> “Queremos crecer sobre todo en valor, que el mercado reconozca la calidad de lo que hacemos”

En las granjas aplicamos un programa propio de bienestar animal que va más allá de lo que exige la ley. Además, entre las placas solares y la calefacción de biomasa, ya ahorran alrededor de un 30% de su consumo de energía.

Y en el ámbito social colaboramos con entidades como Sant Joan de Déu, la Fundación Josep Carreras, la Fundación Miquel Valls, que acompaña a personas afectadas de ELA, o la Fundación Oncolliga, entre otras entidades.

¿Cuáles son los próximos retos de la compañía y dónde queréis seguir creciendo?

Hoy, aproximadamente la mitad de nuestra producción se destina a la exportación. Ante la situación actual, con un entorno internacional cada vez más incierto, creemos que es el momento de apostar por el mercado nacional y europeo, más cercano y estable.

Queremos crecer sobre todo en valor: nuestro objetivo es que el producto de Batallé sea reconocido como el mejor del mercado. Y queremos hacerlo generando valor en el territorio, con nuevos proyectos que creen actividad y empleo en zonas rurales. A la vez, seguiremos invirtiendo en lo que nos ha traído hasta aquí: la mejora genética, la calidad y la sostenibilidad.

www.batalle.com