

Casa Tió incorpora parte de la estructura comercial de Plataforma Cárnica y avanza con Carrefour

[Noticias de Alimentación](#) > [Distribución Esp. Carnicería/Charcutería](#) | 06/11/2024 | CARLOS SÁNCHEZ



Unió Integral Alimentaria (Unialsa), empresa cárnica con sede en Les Franqueses del Vallés (Barcelona) y que opera bajo el nombre comercial 'Casa Tió', está desarrollando un plan de expansión basado principalmente en las líneas de negocio mayorista (horeca) y de la venta a distribución moderna, con el objetivo de **incrementar su volumen de negocio a través de alianzas estratégicas** y poniendo el

foco en la mejora de la rentabilidad. Esta proyección tiene su origen en el cambio accionarial que se produjo en 2022 y que supuso una reevaluación de toda su actividad, buscando nuevos nichos de mercado, para relanzar la compañía tras la crisis del Covid-19, que afectó especialmente a su actividad.

Así, **la familia Molera, fundadora del proyecto, vendió el 51% de su capital a la sala de despiece J.Sague**, lo que implicó también la llegada a la dirección general de Josep Maria Segura, que anteriormente había ocupado este mismo cargo en Pastas Gallo. Dentro de su nueva andadura, el nuevo CEO ha señalado que "queremos consolidarnos como una referencia del sector cárnico en Cataluña y seguir creciendo en los próximos años, especialmente en el mercado de venta al por menor en grandes superficies y en el sector Horeca, donde identificamos un enorme potencial". La empresa, que lleva operando en este último canal desde hace seis años, ha sido en estos últimos en los que

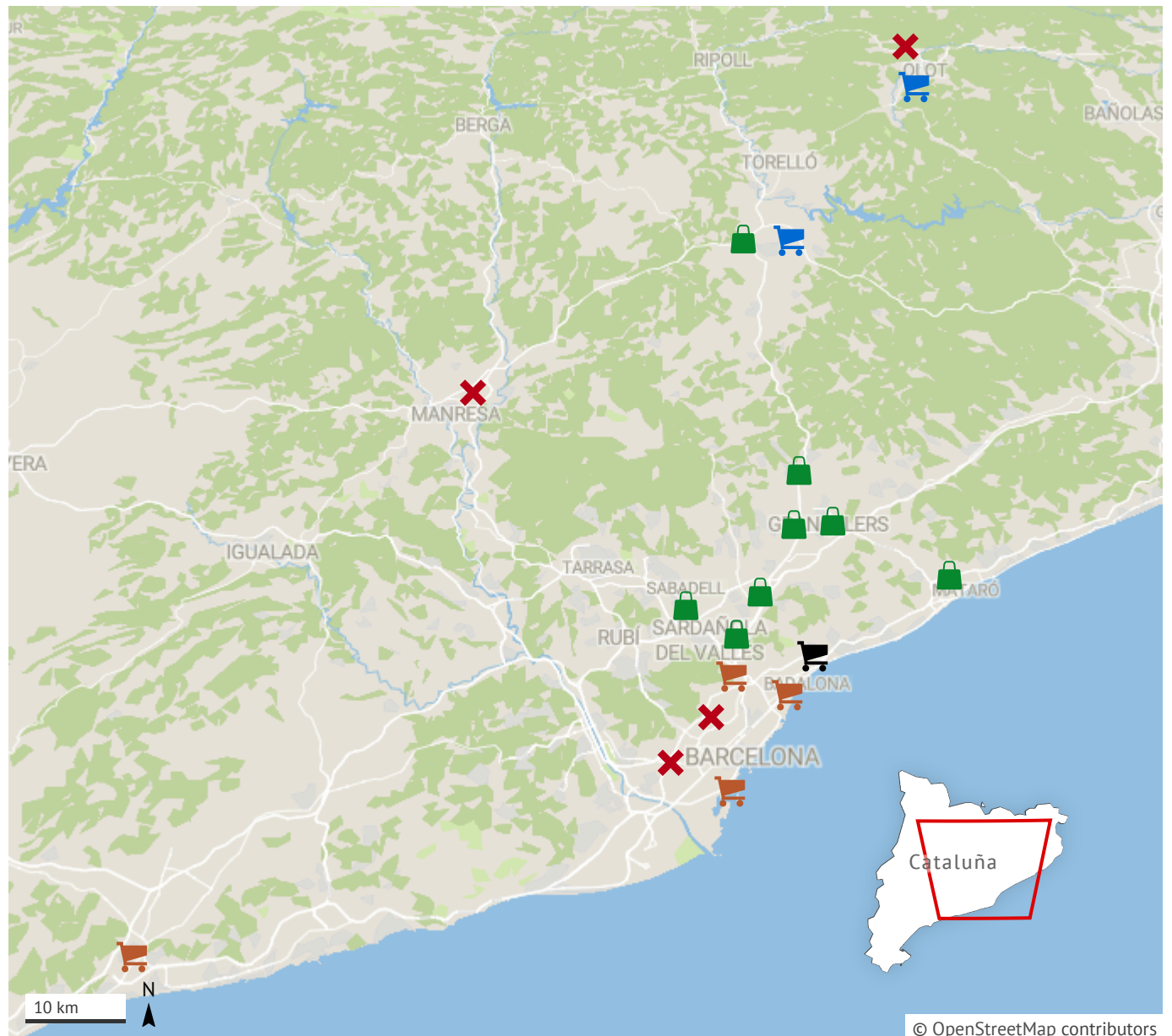
se ha potenciado especialmente, **llegando en 2023 a una facturación de 7 M€**, más de un 30% del total, gracias a la captación de nuevos clientes.

En este sentido, Casa Tió ha incorporado recientemente parte de la estructura comercial y operativa de Plataforma de Distribución Cárnica y está reforzando alianzas con diferentes agentes de la industria cárnica catalana. Tal y como ya informó en exclusiva Alimarket, Plataforma Cárnica, que daba empleo a unas 170 personas, ha cesado operaciones recientemente, de manera que **Unialsa está reforzando su equipo con varios comerciales del área de horeca**, así como un jefe de operaciones, mandos intermedios y varias personas de logística, con los que potenciar su estructura. De esta forma, Unialsa quiere captar nuevos clientes de mayor tamaño, para lo cual también está ampliando su catálogo con más referencias y una profunda reestructuración operativa.

Revisión de la línea minorista y refuerzo con Carrefour

Dentro de la línea detallista, tradicionalmente Unialsa operaba las carnicerías 'Casa Tió', si bien **este negocio ha dejado de ser estratégico para la compañía**, por lo que está llevando a cabo una reconversión de la red de tiendas. De hecho, la empresa en los últimos años está diversificando su actividad con la introducción de otro tipo de productos alimentarios en sus puntos de venta y con el desarrollo de nuevas propuestas comerciales. En 2021 **alcanzó un acuerdo con Covirán para que esta cadena le suministre productos** de alimentación seca y complementar su tradicional oferta de frescos en un total de ocho carnicerías. En cualquier caso, ha querido ahora dar un paso más dentro de una de ellas y **este 2024 el punto de venta de Badalona ha pasado a operar como una franquicia 'Carrefour Express'**, en un formato combinado en que convive esta enseña con su tradicional imagen 'Casa Tió'. Se trata de un modelo singular dentro de la red de franquicias de la cadena gala, aparte de la excepción que ya había en Galicia con dos tiendas de congelados 'Basoñas Mar' que también lucen el logo de 'Carrefour Express'.

Red de establecimientos de Unialsa - Casa Tió



-  CASA TIÓ
-  SECCIÓN CARREFOUR
-  SECCIÓN CARREFOUR MARKET
-  CARREFOUR EXPRESS
-  CIERRE

En cualquier caso, la relación entre Unialsa y Carrefour viene de más atrás, ya que le viene gestionando desde hace años dos secciones de carnicería dentro de los hipermercados de Vic (Barcelona) y Olot (Girona). Esta alianza se ha reforzado este mismo ejercicio con otras cuatro carnicerías dentro de otros tantos 'Carrefour Market', aparte de la presencia de los córners en los híper. Dos de ellos se ubican en la localidad barcelonesa de Santa Coloma de Gramanet, en la avenida Santa Coloma, 24 y en la rambla Sant Sebastià, 78, donde el grupo francés cuenta con una sala de venta de 844 m² y 1.246 m², respectivamente. Por su parte, en la Ciudad Condal se instaló en el establecimiento de la rambla dels Estudis, 113, que tiene 1.962 m². Por último, la única

incorporación de este año fuera de la provincia de Barcelona, es la de El Vendrell (Tarragona), dentro de un 'Carrefour Market' de 1.388 m2.

Además, la dirección de Casa Tió está potenciando esta actividad con expectativas de ampliar su presencia en Carrefour y explorar nuevas oportunidades. "Queremos hacer valer la experiencia de éxito en esta línea de negocio, tanto para 'Casa Tió' como para las superficies comerciales con las que operamos". Actualmente se está trabajando para avanzar dentro de este terreno con Carrefour, de manera que podría, antes de terminarse el año, transformar otra de las tiendas 'Casa Tió' con el anagrama de 'Carrefour Express'. No en vano, la primera experiencia está siendo muy positiva ya que la tienda de Badalona tras su conversión **ha aumentado cuatro veces la venta de alimentación seca**, mientras que el negocio cárnico también ha subido un 40%. Aparte, Unialsa también opera para otros clientes de retail sirviendo productos a otras cadenas como 'Gross Mercat' y 'Keisy Supermercats', entre otros.

Además, dentro de esta revisión de su negocio minorista **la compañía clausuró el pasado mes de abril una tienda 'Casa Tió' en la Ciudad Condal -Travessera de les Corts, 226- y otra en Sant Fruitós del Bages**, ambas con 300 m2. Aparte, **hace un mes se cerró también una en Olot (Girona), de 300 m2, y esta última semana en la avenida dels Quinze de Barcelona (180 m2)**. De esta forma, la empresa gestiona actualmente ocho comercios independientes con casi 2.117 m2 de sala de venta. En cualquier caso, desde la compañía se traslada que se está analizando la rentabilidad de todos los establecimientos, con lo que podría producirse a corto-medio plazo algún otro cambio.

Unialsa terminó el ejercicio 2023 con **unas ventas de 22,26 M€, lo que supuso un aumento de un 12,5%** respecto a los 19,78 M del ejercicio anterior. En este sentido, la empresa espera continuar su progreso este año y alcanzar los 24-25 M de facturación.

Alimarket

Cuestión de confianza

© Publicaciones Alimarket, S.A. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este contenido -incluida la reproducción del mismo en RRSS- sin que haya una autorización explícita por parte de Alimarket.