las Alternativas SELECCIONES AVICOLAS
Número 9. Septiembre 2007

«Carn de Bosc»: filosofía propia de la calidad

Parece que la Penedesenca negra, una de las gallinas recuperadas y mejoradas en el IRTA, va consolidando su posición como una de las razas autóctonas ibéricas de elección a la hora de obtener una carne aviar de alta calidad. Comparable en rendimientos zootécnicos generales a los de los mejores pollos híbridos europeos de crecimiento lento, las particularidades organolépticas de su carne son muy superiores a los de aquéllos -en opinión de algunos gourmets- cuando los animales se crían en iguales condiciones de libertad.

La inclinación de algunos productores y consumidores avezados por la Penedesenca, en diferentes puntos de España, ha incrementado este año en algo más del 50 % la demanda de pollitos de un día con respecto al pasado año, lo cual no hace más que confirmar las cualidades intrínsecas de la carne de esta ave.

«Carn de Bosc» es una de esas pequeñas granjas productoras de pollos de Penedesenca negra, que basa su filosofía en la simple y sencilla razón de obtener un pollo de alta calidad, de la forma más natural posible, como valor añadido al que ya aporta la genética de la raza.

Al leerla, lo primero que a muchos se nos ocurre pensar y preguntar es si la frase-marca «Carn de Bosc» no puede inducir al consumidor, sin ver el producto, a pensar en carnes de animales cinegéticos -ciervos, liebres, jabalíes u otros- y, en consecuencia, alejarles de la misma, si no es esa su opción de compra.

Francisco Sánchez Pérez -Paco Sánchez, para los amigos avicultores- que es quien la ideó, responde a ello diciendo que «puede ser, pero detrás de la marca hay toda una acción de marketing que explica a qué carne nos referimos». Todo esto empezó en su casa, en una masía rodeada de bosque. «Los animales estaban en el bosque, merodeaban en él, curioseando y buscando complementos alimenticios, vegetales y animales, y me dije que eso era «carne de bosque». A Paco no le falta razón, ya que, a fin de cuentas el pollo también es un animal de bosque, y, sino, que se lo pregunten al *Gallus Bankiva* que, si aún no lo hemos exterminado, vive en la jungla.

Paco Sánchez, promotor de «Carn de Bosc». (Foto © Carn de Bosc)

Paco cuenta que, echando una ojeada a granjas artesanales de cría de pollos, «no vi que hubiera demasiada gente que criara a sus aves de esta manera y me pareció una manera apropiada de diferenciar al producto de los apelativos que suelen utilizarse en el mercado para estos productos». Para él, la marca está pensada para que el consumidor entienda claramente que sus animales se crían en el seno de un bosque. «De la misma forma, hemos criado cerdos Ibéricos y Duroc y ahora lo haremos con otras razas que se adapten bien a las condiciones del bosque».

Lejano y curioso inicio de la idea

La historia puede parecer un tanto pintoresca, pero es real. Paco Sánchez, madrileño, llevaba doce años trabajando como «cámara» en Antena 3TV. Conoció a la que ahora es su mujer, Eva, en Australia. «Estábamos haciendo un reportaje sobre aborígenes, viviendo en la selva un mes y pico. Y tuvimos muchas ocasiones de hablar de la vida en el medio natural, en los bosques, en las praderas... Coincidimos en muchas de nuestras aspiraciones alrededor de una vida más natural, lejos de las presiones de las ciudades y de las empresas globalizadas». Y decidió dejar el mundo de la televisión y venirse a un lugar permanentemente verde, como las tierras australianas que había visto y filmado. Eligió la comarca gerundense del Plá de l'Estany y un pequeño pueblo, Ravós del Terri, cerca de Banyoles.

Eva, que trabaja para el «National Geografic», conocía a Amadeu Francesch, el conocido genetista del IRTA que recuperó las razas avícolas catalanas y con sus consejos y los de otros asesores avícolas, Paco empezó a criar pollos en la

Continúa ▶

masía en que se instalaron. «Hace ya más de cinco años de ello -cuenta- y, al principio, fue muy duro. Me faltaba experiencia y conocimientos. Empecé a criar pollos en cabañas montadas con palets y otros elementos; se me morían pollos y no sabía porqué...; las zorras, las águilas y otros animalitos del soñado bosque, tenían en mi finca un supermercado...; todos comían pollo menos yo». No encontró un veterinario especializado, hasta bastante más tarde... Es decir, «fui aprendiendo a base de golpes». Pero, poco a poco, la idea que le animaba y por la que algunos le consideraban un loco, y otros le aconsejaban que montara una granja de treinta o cuarenta mil pollos broiler y que se dejara de historias románticas, fue tomando forma.

Se unen otros idealistas

Otros socios contribuyeron también a la creación de «Carn de Bosc, S.C.P». «Son personas -explica Paco- que creen en la idea de alcanzar una alta calidad de las carnes aviares con la cría de los animales en libertad y en poder vivir de su venta». Primero fue Carles Sureda, un payés atípico, que maneja grandes cultivos, propios y ajenos y rebaños de ganado mayor y menor y, con ideas, quizás no revolucionarias, pero si más avanzadas que las de otros agricultores o ganaderos.

Empezaron con los pollos y siguieron con los cerdos. «Fue muy bien -dice Paco- aunque el trabajo era duro porque tenías que abarcar todas las facetas: criar, llevar los animales al matadero, convencer y vender al detallista, preparar los pedidos, repartir en Barcelona u otros puntos, limpiar los gallineros, preparar nuevos lotes e ir creando la infraestructura necesaria para todo ello». Paco ha pasado por esas facetas y, aunque confiesa que no lo sabe todo, como es natural, «algo he aprendido del esfuerzo y dedicación que cada cosa requiere».

Los otros tres socios: Rafael Moliner, Carles Sureda y Enrique Sixto. (Fotos © Carn de Bosc)

Ninguno de los dos tenía tradición avícola. No conocían nada del sector ni del mercado. «Y -añade Paco- todavía nos falta mucho por conocer. Cualquier comparación de nuestra actividad, con la mecánica que mueve la industria avícola en general, es pura imaginación. No nos guiamos por una lonja -además inexistente para estos productos- ni por precios de mercado, ni por cantidades, sino por unidades que salgan bien para el consumidor. Es decir, elegimos las canales que vendemos, descartando las que, nosotros mismos, ya no compraríamos si fuéramos al mercado como consumidores».

Esto significaría escandallar muy bien el coste del mismo, para no perder dinero, y ofrecerlo al detallista a un precio acorde con los de la competencia. Pero, Paco explica que «iba al mercado y preguntaba al detallista qué me pagaría por mi pollo... y he de reconocer que, en contra de lo que pueda pensarse, me ayudaron bastante a situar el precio de nuestro pollo, convenciéndose de la forma de obtención del mismo por el aspecto de la canal».

Así fueron ajustándose los costes al precio de venta. «Sabíamos poco de los primeros, porque, con la infraestructura de que disponíamos, las entradas y salidas repetidas de lotes de aves, la selección semanal de los mejores ejemplares para el sacrificio, etc., era difícil saber exactamente los consumos, las conversiones y los efectos que, el modelo de cría aplicado, ejercía sobre esos y otros parámetros». Tampoco disponían entonces, al contrario de ahora, de demasiada bibliografía al respecto en aves criadas en libertad. Es decir, «íbamos trabajando bajo la premisa «acción-error-acción-error...» hasta que, poco a poco se han ido ajustando unos con otros».

Rafael Moliner, el tercer socio, es un caso un tanto curioso. «Hice unos carteles -cuenta Paco- con unas fotos y unos textos, así muy espartano todo. Y un día Rafa me llamó, diciendo que él siempre había tenido el mismo sueño de criar pollos como yo lo hacía y que le gustaría hablar conmigo». Rafael Moliner viene de una familia con tradición avícola, con matadero propio, conoce muy bien el mercado y es amigo de mucha gente en el mismo.

Como el mercado es tan difícil, es necesario que haya dos personas dedicadas a la venta y «Rafa, vive en Barcelona -explica Paco- y tiene más rápido y fácil acceso a los viejos y a los nuevos clientes y puede resolver al momento cualquier incidencia que se pueda producir».

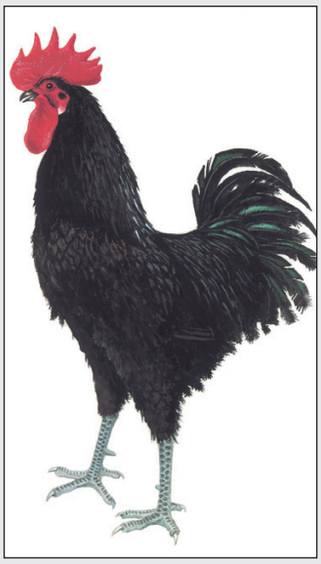
Enrique Sixto, el cuarto y último socio y un amigo común de Eva y Paco, es una persona con grandes conocimientos económicos, que trabaja para una multinacional de la certificación de productos industriales, especialmente de la automoción. Confió enseguida en el proyecto y añadió lo que al mismo le faltaba, el dinero, para hacer algo mejor que facilitara al grupo ocupar un nicho en el mercado de las carnes de aves selectas. Empezó a hacer números y a marcar pautas de trabajo, que permitieron que, en el marco de una empresa pequeña como es esta, los rendimientos económicos de la cría de los pollos empezaran a dar resultados favorables.

¿Porqué Penedesenca y no cualquier otra?

Bajo la decisión de que el pollo a producir tenía que ser de una raza autóctona, Paco probó, en sus solitarios inicios, con la Ampurdanesa, «que es un pollo como... «más agradecido» para criarlo -dice- crece algo más y también proporciona una excelente calidad de carne». Pero, Paco se planteó que, «si no sabía vender -ahora ya he aprendido algo- y lo que ofrecía era un pollo con pata amarilla, mi progreso en el mercado podía ser muy difícil». Así que se dijo que seguramente le sería más fácil entrar en el mercado con un producto que le diferenciase del resto.

Amadeu Francesch le habló de esta raza. Opinaba que era el producto adecuado para las pretensiones de «Carn de Bosc». Es un animal, como ya sabemos, de plumaje y patas negras, crecimiento lento y máximo rendimiento organoléptico sobre sus los cuatro meses de vida.

Continúa



Gallo penedesenco, según un magnífico dibujo de Jordi Corbera. (Foto © Carn de Bosc)

«Al final -continúa Paco- nos dimos cuenta de que lo de la pata negra es, sin dejar de constituir un elemento de gran valor diferencial, que se valora en el mercado, lo menos sobresaliente. Lo más importante es cómo haces ese pollo y la Un calidad que alcanza la carne».

Decidida la raza, se empezó y se continúa criando machos. Pero, «ahora estamos criando también hembras -añade Paco- para hacer un pollo más pequeño, al que llamamos «DUO», apto para dos personas.

Pero, su introducción es difícil, porque el mercado pide pollos grandes, con cresta y que pesen en canal tres kilos y pico. Yo sigo pensando que es un producto que ha de ser de interés para muchos consumidores, porque las familias se van reduciendo de tamaño y un pollo grande puede durar demasiado tiempo en el frigorífico». De momento, la idea no acaba de cuajar y, al parecer, es el propio detallista el que pone inconvenientes a un pollo campero más pequeño, a pesar de que conoce a sus clientes y sus necesidades. No obstante, no es igual en todas partes. Hay puntos de venta en los que la pollita ha entrado muy bien y ha sustituido a parte de los machos que pedían. La evolución futura es incierta, porque «aquí no hay cultura de consumir pollos hembras -señala Paco- pese a que la calidad de su carne es superior a la del macho y, por otra parte, el detallista sigue prefiriendo pollos grandes».

Cría en total libertad «condicionada»...

La infraestructura básica fue mejorándose. Las viejas cabañas de palets fueron sustituidas por dos gallineros móviles de 22 m de largo y 8 de ancho, adquiridos a un fabricante francés. Fue preciso hacer bastantes cambios en ellas, porque son naves pensadas para deslizarse por las sabanas africanas, muy llanas, pero no por terrenos con cierta inclinación u ondulaciones, como los que utiliza «Carn de Bosc».

«No eran todo lo flexibles que nosotros precisábamos -explica Paco- tanto en su estructura como en su desplazamiento. Eliminamos los problemas que se nos planteaban en las naves originales y construimos aquí dos nuevas. En ellas, se han modificado los patines o trineos y bastantes puntos de la estructura interna, para proporcionar mayor flexibilidad al conjunto y facilitar su más fácil y rápido desplazamiento de loma en loma, más de trescientos metros. Movimos la nave un montón de veces para comprobar o corregir cualquier problema y la giramos con el tractor otras tantas, para ver si rompía por algún lado. También modificamos las tolvas exteriores para piensos; la forma de subir o bajar las cortinas de los ventanales corridos; los colores de esa cortina... Aparentemente, son iguales a las originales, pero los cambios introducidos, que son considerables, hacen ahora más cómodo y fácil el manejo de ese gallinero móvil. Estamos contentos con el resultado obtenido».

Equipadas con comederos aéreos tubulares y bebederos automáticos, las cuatro naves actuales se reparten en grandes parcelas de terreno. Cada cuatro meses, aproximadamente, hay que mover cada gallinero y situarlo en una parcela nueva o regenerada por el tiempo o por los tratamientos que se aplican al suelo. «Como mínimo, lo desplazamos 70 m de su lugar anterior -explica Paco- con el fin de que las aves encuentren un terreno limpio y cubierto de hierba. El terreno anteriormente utilizado se rotura y se desinfecta y estamos detrás de un sistema de sopletes de gas butano que, aplicado desde el tractor que rotura la tierra, la queme al propio tiempo, para eliminar coccidias, aunque hasta ahora no hemos tenido problemas con ellas. No queremos utilizar productos químicos que puedan afectar a la vida o a la calidad de la carne de los pollos».

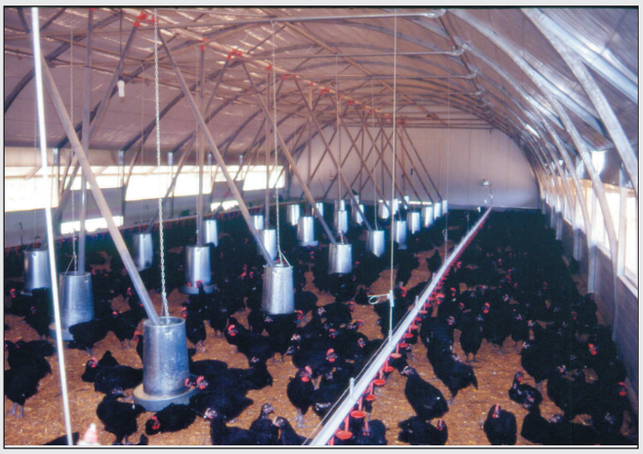
Un verde y extenso prado, flanqueado por el bosque, rodea a cada una de las naves de cría. (Foto @ Carn de Bosc)

El objetivo de Carles y de Paco, que son quienes manejan las crianzas, es que los pollos se desarrollen con la máxima libertad de espacio, pero se ha hecho necesario vallar algunas parcelas para defenderlos de los depredadores, especialmente de los zorros. También hay hurones, aunque su presencia no es tan frecuente. Y, como visitantes habituales, se cuenta con un par de águilas, ya bautizadas con nombre por ellos, que, cada dos o tres días, de promedio, se llevan algún pollo, más pequeño o tímido que el conjunto. «Las águilas se encargan de eliminar esos pollos que nosotros, en nuestras operaciones de triaje, hubiéramos sacrificado».

El planteamiento de la granja, respeta una distancia mínima entre gallineros, con lotes de diferentes edades de, al menos, 70-80 m, suficientes para evitar que se mezclen entre sí. Por tanto, el vallado, cuando existe, es meramente defensivo y no limitante del espacio al aire libre que se concede a las aves. Se trata, pues, prácticamente de cría en libertad total, en la que se aplican métodos de manejo casi ecológicos, al menos en materia de densidades animales -6 aves/m^2 en las naves- alimentación, rotación de parques, etc., pero «sin someternos a otras restricciones que consideramos excesivas para el desarrollo de la actividad -apunta Paco-, es decir, producimos un pollo casi ecológico, sin llamarle ecológico, cuya actual reglamentación, creo yo, no está pensada para el productor».

Varias dificultades se sumaron a una primera intención de hacer un pollo ecológico en «Carn de Bosc», como las de que «el matadero homologado más cercano, lo tenemos a 100 km... los piensos ecológicos están al doble de precio de los que nosotros producimos y, en caso de utilizarlos, deberíamos disponer de grandes silos para minimizar los costes de transporte de los mismos, cosa que podría mermar la frescura de esos alimentos».

Continúa



Interior y exterior de uno de los gallineros móviles que utiliza "Carn de Bosc" y un detalle de la tolva de gran capacidad que alimenta el comedero aéreo mediante un bisinfin. (Fotos Proavial)

Paco cree que para conseguir una buena calidad de carne no hace falta incurrir en costes que repercutirán en el precio de venta y que, la mayoría de clientes que buscan un producto natural, genuino, difícilmente pueden entender. «Producimos una parte y compramos otra -añade- de los cereales y leguminosas que precisamos para nuestros pollos».

La idea que Paco Sánchez acariciaba y que sus socios secundaron, la plasma esta imagen. (Foto © Carn de Bosc)

Carles, que trabaja con su cosechadora para otros agricultores, elige los granos que considera mejores y los compra. Todas las primeras materias se muelen en una harinera cercana y se elaboran los piensos de acuerdo con fórmulas preparadas por Amadeu Francesch, sin ningún otro tipo de aditivos. «En eso somos muy quisquillosos -insiste Paco- a pesar de que los animales tardan un poco más en crecer y las conversiones son algo más altas que si añadiéramos a nuestros granos algunas sustancias que utiliza la avicultura industrial».

...y sin sellos de certificaciones

«Nosotros ya tenemos certificadoras -dice con orgullo Paco Sánchez-. Se llaman «pollerías». El detallista es nuestra mejor certificadora. Sabe lo que compra, le gusta y lo recomienda a sus clientes. ¿Quieres una mejor certificación que ésta?. Y, en el siguiente paso, nos lo certifica el cliente final -entre los que hay varios restaurantes- a quienes ha gustado el producto y vuelven a por él. No hace falta poner el sello de una empresa certificadora privada».

La certificación, según Paco, se basa, finalmente, en aquello que quieres certificar o en qué parte del proceso de producción quieres certificar. «¿Qué es lo que le llega a la gente?: un sello. No quiero decir que, un día, para poder tranquilizar al consumidor, al que la industria alimentaria y otras están imponiendo la idea del producto certificado para ganarse su credibilidad, en lugar de hacer el producto bien y honestamente desde un principio, tengamos que recurrir al mismo». Paco Sánchez piensa que, en el fondo, la necesidad de la certificación, de cara al consumidor, no hace más que denunciar el abundante nivel de fraude que existe en este y en otros sectores. Si la producción de alimentos, principalmente, cumpliera exactamente lo que las normativas dictan, al menos en Europa, no sería precisa la certificación y, en todo caso, seria suficiente con el control de las autoridades competentes. Y añade: «Creo, además, que la certificación denota el fracaso en saber crear credibilidad ante el consumidor y en vender un producto».

En su opinión, «si todo el mundo abriera las puertas de su casa de par en par, como hacemos nosotros, y mostrara y explicara clara y honestamente cómo obtiene el producto que ofrece y cuáles son sus cualidades, las certificaciones serían innecesarias. Eso es exactamente lo que nosotros hacemos, contando incluso los errores que cometemos, o los problemas que se nos presentan, como le ocurre a todo el mundo. Ahora bien, si la certificación se hace imprescindible, si hay que poner su sello en la etiqueta del producto, tendremos que asumirlo, pero, que sea el de un ente público, local o comunitario, aunque eso tenga un coste y siempre y cuando esto diga algo al consumidor, porque, tengo la impresión de que la gente sabe muy poco qué significa y qué hay detrás del sello de una certificación».

Un grupo de pollos merodean en el interior del bosque. (Foto © Carn de Bosc)

Los argumentos de venta

Dos encargados de ventas -Paco y Rafa- para despachar unos 200 pollos semanales, puede parecer excesivo. Pero,

Continúa

Paco explica esa necesidad debido a que «no estamos hablando de un producto con el que entres en cualquier mercado y salgas con cinco clientes; si sales con uno, puedes darte por satisfecho». Evidentemente, los precios del mismo no tienen nada que ver con los del pollo estándar, lo que dificulta la venta, además de crear dudas en el cliente, hasta tanto no lo prueba. Por tanto -continúa- «has de estar una hora explicando al detallista las razones por las que va a invertir el dinero en nuestro producto y cómo le tiene que contar al cliente qué es lo que le ofrece, porque, al final, el que vende, es el detallista. Si le convencen los argumentos -raza autóctona, carne magra, infiltración de grasa en la masa muscular, alimentación natural obtenida en la propia finca, cría en libertad, ausencia de componentes farmacéuticos, selección de los mejores ejemplares, etc.- y le gusta y confía en el producto, invertirá en el mismo».

Entre una y otra imagen, hay cuatro meses, al menos de cuidada crianza, que «Carn de Bosc» describe a sus clientes. (Fotos © Carn de Bosc)

Pero, esto no es nada fácil: «has soltado el «rollo», te vas y esperas la respuesta que, en muchas ocasiones, no es favorable a la primera ni a la segunda vuelta, o nunca lo será, según el grado de especialización o de diversificación de la oferta del detallista».

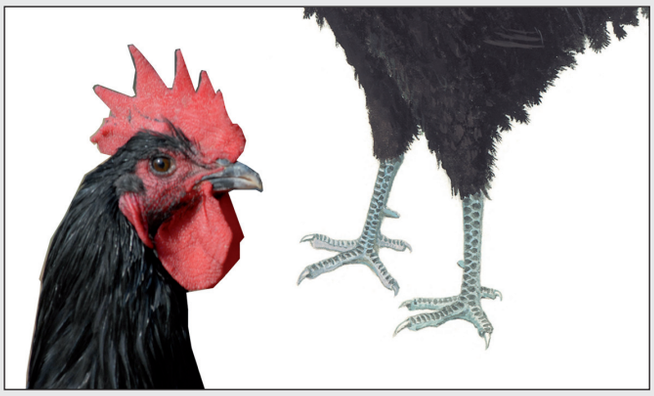
Paco y sus socios piensan que el trato que dispensan al cliente es, a su entender, diferente del que le presta la industria del pollo estándar. Una vez que han vendido, intentan que el cliente se convierta en un amigo y que confíe tanto en el producto como en sus productores. «Por tanto -prosigue Paco- el tiempo invertido en explicarle lo que hacemos y cómo lo hacemos, no importa. Es decir, es un modelo de venta en el que la proximidad personal y comercial cuenta mucho. Si un pollo, por ejemplo, llega al detallista con algún defecto accidental -que, aunque se revisa pieza a pieza, puede suceder- se cambia inmediatamente por otro».

Para extremar esa aproximación a sus clientes, «Carn de Bosc» promueve la visita de los mismos a su granja. «Vienen aquí, con sus familias, comen con nosotros y ven todo el proceso de crianza, lo cual les da confianza en el producto que adquieren y luego le explican a sus clientes que «*Yo he estado allí, viendo cómo se cría este pollo que Ud. se lleva*». No escondemos nada, no explicamos una forma de criar y luego practicamos otra».

Cómo llega el producto al mercado

En canal, los pollos machos de «Carn de Bosc» llegan al mercado con pesos entre 2,900 y 3,200 kg, a los cuatro, o poco más, meses de cría. De un determinado lote, compuesto por unas 1.400-1.600 aves, se retiran cada semana los más grandes. Al ritmo actual de ventas, en un mes y medio, aproximadamente, se ha vaciado un gallinero. «Pero esto cambiará pronto -dice Paco- si las previsiones de incremento de ventas se nos confirman y, además, podemos atender al mercado de Madrid, donde, aunque no hay una tradición de pollos de razas autóctonas, si detectamos un interés creciente por las mismas, según el resultado de las muestras que hemos enviado. Cuando hablas con detallistas de allí de pollos de payés o camperos, casi todos mencionan el de una marca concreta que, todos sabemos que es un pollo rojo, híbrido y que, de campero...»

Carn de Bosc» sirve el pollo macho estirado y la hembra plegada, con gomas, al estilo tradicional en Cataluña, aunque ésta no le gusta mucho a Paco. Por supuesto, la canal se sirve entera, con patas -bien limpias y repasadas- cuello y cabeza y con las vísceras habituales -hígado, pulmones, molleja, etc.-, sin que de momento nadie les haya obligado al eviscerado total, ni a suprimir patas, cabeza y cuello, «sobre lo cual nunca estaríamos de acuerdo -apunta Paco- ya que perderíamos los signos externos diferenciadores del pollo que producimos». Es decir, el Reglamento (CE) 853/2004, que regula el modelo de evisceración de las aves, «debe ser lo suficientemente flexible para eximir de su cumplimiento a las producciones artesanales y tradicionales, con el fin de que sus productos puedan mantener los elementos de identidad que valora y aprecia el consumidor».



En las producciones avícolas artesanales, hay que defender la presencia en las canales de los signos de identidad. (Fotos © Carn de Bosc)

En las etiquetas se dice que los pollos son «pata negra», criados en libertad, bajos en grasas y poca cosa más. «Carn de Bosc» dispone también de unos carteles, donde, con la frase, «comerse naturalmente» se alude a la cría natural de las aves.

La clientela crece, pero no se llega a toda

«La limitamos nosotros -explica Paco- porque no siempre tenemos pollo para servir. Hemos llegado a la conclusión de que si el detallista ha de quedarse sin producto, porque el crecimiento de las aves se ha retrasado, porque ha hecho frío, o por cualquier otra causa, es mejor que sea así antes que buscarlo en otra granja ajena. Queremos darle muestra calidad y no sucedáneos. Es algo así como lo de los bombones de Ferrero Rocher: en verano no hay porque se derriten; luego, en invierno, ya vuelve a haber. En este caso, es lo mismo. Es algo que cuesta entender para los industriales o incluso los detallistas de productos avícolas en general. Pero ha de ser así y así lo están entendiendo nuestros clientes, quienes explican esa idea a los suyos, a los consumidores: «*Ahora no hay pollo de esa marca, porque se está criando y necesitan su tiempo...*, o «*porque los zorros han matado una parte de los pollos*» o..., etc. Esto funciona así. A un industrial se le pueden pedir diez mil pollos y su respuesta será «*¿dónde*

Continúa

te los dejo?». A nosotros nos piden 300 y hemos de decir que no los tenemos. Y, además, no queremos hacerlo. Es decir, huimos de la filosofía de hacernos millonarios con otras prácticas, porque, al final, al cliente le daría lo mismo comprar nuestro producto que otro cualquiera».

La marca, que figura en las etiquetas de los pollos. (Foto © Carn de Bosc)

«Carn de Bosc» cuenta con una distribuidora en Barcelona que se encarga del reparto de su pollo, lo cual la salva de esa faceta complicada que conlleva disponer de vehículos y personal especializados. El sacrificio se hace, a plena satisfacción, en un matadero de Figueras. «No obstante, al cliente seguimos gestionándolo nosotros directamente -añade Paco- no porque no nos fiemos de la distribuidora, sino porque requiere de esa atención especial y puntual que, con humildad y paciencia, debemos prestar nosotros para explicar que, el nuestro, es un producto genuinamente diferenciado».

No obstante, la conversación telefónica, la página web con la que cuenta «Carn de Bosc» o el correo, también pueden dar su fruto

Las aves van etiquetadas, con sencillez, porque el presupuesto no da para mayores parafernalias gráficas. «La etiqueta, o el embalaje con el que se adorna un producto los ha de pagar el consumidor -opina Paco- y yo creo que el consumidor no ha de pagar etiquetas, ni cajas, sino sólo el producto y su valor cualitativo y ello, a un precio justo, evitando el encarecimiento de un artículo que hoy ya llega al consumidor hasta unos 8 €/kg».

Como ejemplo, un intento de hace algún tiempo, en Madrid, enviando muestras de sus pollos a algunos restauradores y detallistas, fueron correspondidos con pedidos crecientes de pollos -10, 20, 30 o más semanales. «Pero tuve que cortar el grifo -confiesa Paco- porque no tenía suficiente producción». Eso significa, a su juicio, que el pollo penedesenco puede ocupar en Madrid y también en otras ciudades, un espacio importante en determinados puntos de venta y restaurantes especializados. «Cuando lo prueban -añade- empiezan a cambiar el «chip» tópico sobre el pollo, especialmente en el mundo de la alta restauración, donde, ya se sabe que éste es un producto de baja o nula consideración, ausente en sus «cartas» . Pero, para alguno, al que ahora le venimos suministrando, que lo trata adecuadamente en la cocina, «este pollo es mejor que la ternera» y añade «*que nunca había probado un animal con un sabor de carne tan particularmente diferenciado como el del pollo que me habéis enviado*». Es decir, se cuenta con un mercado potencial muy interesante. Pero la logística es difícil. «Nosotros -reitera Paco- hacemos desde la cría hasta casi el consumidor final. Pero, la logística del mercado es una y la de la restauración es otra».

Paco y sus socios no parecen tener prisa. Pero sí tienen muy claro que la calidad con la que han conquistado y mantiene a sus actuales clientes es lo que debe prevalecer siempre, por encima del volumen de ventas. «Esto tiene que crecer poco a poco -afirma Paco- y en ello, los cuatro socios estamos absolutamente de acuerdo. Para aumentar la cantidad a costa de la calidad deberíamos jugar en la «liga de los profesionales» y nosotros, ni podemos ni queremos eso».

Entre los propósitos de «Carn de Bosc» figura el de constituir una unidad de educación ambiental, en la que habrá una muestra de las razas avícolas catalanas. «En ese proyecto -cuenta Paco- mostraremos también la forma industrial de criar, llevando a la gente a granjas de broilers, con las que tenemos contactos, para que se vea que ese tipo de producción es también necesario en el marco de la democracia de la proteína. Son dos formas diferentes de obtener un producto nutritivo, con sensaciones diferentes al paladar, sin que sea necesario decir que una sea mejor que la otra y sin que ello promueva confrontaciones entre los partidarios de una y otra opción. La gente ha de conocer y elegir, dentro de sus posibilidades».

Estamos de acuerdo. Suerte y adelante.

Enrique García Martín

GURA
Automatizaciones Avícolas, s.l.

PONEDEROS AUTOMÁTICOS
RECOGIDA DE HUEVOS DE CINTA CENTRAL Y CINTAS LATERALES
SLAT DE POLIPROPILENO CONSISTENTE, ROBUSTO Y CONFORTABLE
FÁCIL MONTAJE Y LIMPIEZA
GURA Automatizaciones Avícolas, S.L.
Polígono Mas de les Ànimes
c/ Guerau de Liost, 7
43206 REUS (Tarragona)
Tel: 977 33 19 08
Fax: 977 33 20 54
www.gura.es
gura-aut@infonegocio.com
GURA

las Alternativas SELECCIONES AVICOLAS

PARTICIPE en esta SECCIÓN

Envíenos sus sugerencias y opiniones sobre la cría extensiva de aves, la descripción de su especialidad, de su modo de cría, de sus productos finales. Adjunte algunas fotografías y publicaremos su trabajo.