

El huevo campero, protagonista de la 1ª Jornada Técnica AviAlter



Dentro del amplio programa de actividades que tuvieron lugar durante la pasada FIMA de Zaragoza, una de las que merecen destacarse es la 1ª Jornada Técnica AviAlter —Asociación Profesional de Aviculturas Alternativas—. Con ella, esta joven Asociación se estrenaba públicamente como tal, pudiendo decir que lo hizo con todo éxito, tanto por la calidad de las conferencias que se presentaron como por la amplia participación de público que se interesaba por las actividades de la misma y los temas que se trataron.

La Jornada se desarrolló el día 26 de marzo, consistiendo en la presentación de 3 conferencias y una Mesa Redonda posterior en la que se discutieron algunos de los puntos abordados previamente. La sesión estuvo dirigida por José Carlos Terraz, Presidente de Avialter, de cuyo parlamento inaugural queremos destacar dos aspectos en relación con las actividades de la entidad: que la avicultura alternativa no representa una competencia de la industrial y que su fin es insistir en los aspectos de la calidad de los productos avícolas que exigen los consumidores, quienes, ante todo, desean la máxima seguridad de los alimentos.

¿Qué cuesta producir un huevo campero?

La primera presentación corrió a cargo de Esteban Atxa, Gerente de Euskaber, S.L., entusiasta avicultor guipuzcoano y uno de los fundadores de Avialter, quien

disertó sobre el tema "Inversiones y costes en la producción de huevos camperos", no sin antes dedicar un recuerdo al principal promotor de las actividades de la Asociación, Enrique García Martín, cuyo estado de salud no le había permitido estar presente en el acto y al cual la sala dedicó un prolongado aplauso.

Poniendo como primer requisito para el montaje de una granja de gallinas camperas la garantía sanitaria del huevo producido, Atxa se refirió seguidamente a otros aspectos prioritarios que ha de contemplar el futuro avicultor: un respecto al medio ambiente —comprendiendo un uso racional del agua y una adecuada gestión de residuos—, al bienestar animal y al desarrollo rural. Según él, "no vale el montar una granja simplemente porque me gusta", sino que uno ha de plantearse la inversión bajo un triple aspecto: producir huevos de calidad, que difícilmente se puede ir solo y que el objetivo prioritario debe ser mejorar la vida del avicultor-criador.

Partiendo de estos objetivos, el conferenciante propuso un diseño para la puesta en marcha de una granja de 6.000 ponedoras, aun recordando que la normativa actual española no limita el número de éstas por explotación, alojadas en una sola nave, pero asociándose con otros criadores a fin de disponer siempre de una oferta regular

Continúa ►



Aspecto de la sala durante la Jornada de AviAlter. En primera fila, de izquierda a derecha, tres conferenciantes de la misma, Éric Cachan, Pilar Vara del Río y Adolfo Rodríguez.

de huevos. Desarrollando esta idea, recordó las inversiones necesarias, partiendo de disponer ya de un terreno y de los preceptivos permisos: los suministros de agua y electricidad, el vallado del terreno, los accesos, la obra civil del gallinero en sí, los equipamientos, etc. Aplicando luego las amortizaciones pertinentes e incluyendo los gastos de personal, la compra de las pollitas recriadas, la alimentación de las aves durante un año de producción y otros varios, Atxa llegó a un coste de producción determinado para el huevo en granja, al que luego habría que añadirle el de la comercialización.

Del la conferencia de Atxa queremos resaltar, además, la interesante fórmula que nos expuso al final para desarrollar esta actividad:

"Éxito = Medios x Formación x Experiencia"

... de la cual se deduce que si uno de estos factores es "0", el éxito será también "0"

¿Cómo se venden los huevos diferenciados?

La siguiente conferencia fue impartida por Adolfo Rodríguez del Val, Responsable de Calidad y Marketing de Huevos Pitas, versando sobre el tema del mercado de huevos diferenciados en España.

El conferenciante inició su intervención en base a una encuesta del MAPA—antiguo Ministerio de Agricultura—del 2007 en la que se exponía lo que conoce el consumidor sobre el huevo producido por gallinas en el suelo, a diferencia del de baterías y lo que estaba dispuesto a pagar por él, bien en base a este hecho, o bien a la seguridad alimentaria o bien al bienestar de las aves. Seguidamente se refirió a la situación del huevo "diferenciado" en el mercado español actual, según su venta en el canal "Horeca"—muy escasa—, en tiendas especializadas o en la gran distribución, sector este último en el que cree que tiene más futuro.

Haciendo algo de historia, Rodríguez habló de la aparición de los primeros huevos camperos en el mercado español a mediados de los años 90, de que a comienzos de los 2000 surgen las marcas de distribución —MDD— en huevos camperos y producidos en el suelo y que en el 2004 se presentan los primeros ecológicos. En la actualidad, dijo, de las 6 principales cadenas de supermercados el huevo campero se halla presente en 5 de ellas, las MDD en 4, los ecológicos en 3 y los de gallinas en el suelo en 2, lo que, a su criterio, significa ya un amplio conocimiento por el público.

Después de tratar brevemente de los requisitos de la distribución, el conferenciante recalcó la importancia del envase como elemento diferenciador de una marca y para permitir al productor dar a conocer al consumidor lo que se le presenta, recordando las disposiciones legales en torno al etiquetado facultativo de los huevos. También habló de las tendencias del mercado, en base a las dificultades logísticas de la distribución, los índices de rotación y las roturas de stocks e hizo hincapié en la importancia de la fidelización de los clientes.

De su resumen final resaltaremos la importancia que concedió el conferenciante a que pese a que el consumidor, en general, ya ha aprendido mucho, aun hay que insistir en explicarle mejor lo que es un huevo alternativo.



En la Jornada de AviAlter, de izquierda a derecha de la foto, Esteban Atxa durante su conferencia y José Carlos Terraz, Presidente de la Asociación.

La situación en Francia y otros países

La tercera conferencia fue desarrollada por Mr. Eric Cachan, avicultor de la región francesa de Loué, Presidente de SYNALAF—Sindicato Nacional de los Labels avícolas de Francia— y Administrador de la ERPA—Asociación Europea de Aves Rurales—, quien trató de la situación de la producción de huevos alternativos y bajo marcas de calidad en Francia y la Unión Europea.

Actuando como portavoz de esta Asociación, el conferenciante habló de la diversidad de las aves rurales y del interés que tienen en la Unión Europea, en la cual se quieren favorecer, tanto por criterios de biodiversidad como para favorecer el desarrollo rural, el bienestar de la sociedad, etc., lamentándose de que aun jugando un rol importante en muchas zonas, sean mal conocidas. De ahí la creación de la ERPA para preservar y desarrollar la producción de las aves rurales, para favorecer las relaciones entre países y para apoyar la selección de estirpes específicas para su explotación en parques, indicando los proyectos en marcha en torno a la propuesta de medidas de bioseguridad, al establecimiento de disposiciones sobre el bienestar de las aves y el etiquetado de los productos y a la realización de un estudio para ver su implantación e importancia en todos los países miembros.

Según dijo Mr. Cachan, hay grandes diferencias entre los censos y/o producciones de estas aves de diferentes países europeos, recordando al efecto un reciente estudio del ITAVI comparando 5 de ellos en cuanto a las gallinas ponedoras y otros datos aislados en torno a los pollos para carne. Como detalle de interés para España, nos recordó que mientras que aquí producimos unos 24 millones de pollos camperos al año —pollos de color—, con un peso cercano a las 50.000 toneladas, en Francia producen unos 160 millones, de los cuales unos 120 millones son label.

Centrándose en esto último, el conferenciante nos recordó el concepto del "label rouge" francés, nacido en 1960 para valorizar la calidad diferenciada para carne de un ave criada en parque y avalada por análisis sensoriales, racionalizando al propio tiempo los métodos de producción tradicionales. En este aspecto recordó que se parte siem-



pre de estirpes de crecimiento lento, que las construcciones no pueden pasar de 400 m² de superficie, que la crianza ha de realizarse con luz natural, que la máxima densidad de población en el interior es de 11 pollos/m², mientras que en el parque hay que disponer de 2 m² por pollo, debiendo tener salida al mismo desde las 6 semanas, que la alimentación debe contener al menos un 75 % de cereales y que se exige una edad mínima de 91 días para el sacrificio,

En lo que se refiere al pollo "label rouge", Mr. Cachan dijo que el sistema ha tenido tanto éxito en Francia que el 90 % de la producción es de esta especie, estando garantizada su calidad por los 20.000 controles anuales que se hacen de las granjas participantes en el programa. Finalmente concluyó con 3 afirmaciones importantes:

-el bienestar animal y el desarrollo sostenible son cada vez más buscados por la sociedad,

-las aves criadas con salida a parque responden a las expectativas de los consumidores,

-es necesaria una información clara en torno a lo que se ofrece al consumidor, quien ha de tener una garantía absoluta sobre ello.

Coloquio

Finalizada esta exposición, tuvo lugar una Mesa Redonda que, moderada por Juan A. Agüero, de la Subdirección General de Productos Ganaderos —MARM— y contando con la presencia del Presidente de Avialter y de los tres citados conferenciantes.

Iniciado el coloquio, Pilar Vara del Río, de la citada Subdirección, en representación de la Subdirectora de este Departamento, hizo un resumen de lo expuesto por los anteriores conferenciantes, relacionándolo con algunas de las conclusiones elaboradas tras la reunión "Futurovo 07" que había tenido lugar hacía 2 años en Galicia (*)

Un tema que salió a la luz, de resultados de la exposición que había hecho Rodríguez de los resultados de la encuesta del Ministerio del 2007 fue la de que los resultados de la misma, como los de la mayoría de estos estudios, deben tomarse con las debidas reservas ya que una cosa es, por ejemplo, cómo los consumidores preferirían ver a las gallinas —libres en el campo, con seguridad— y otra la forma en que comprarían los huevos, muchas veces en base a su precio.

Otra observación realizada estuvo relacionada con lo que se había encontrado a faltar sobre la comercialización de los huevos camperos en el comercio minorista que, en los momentos actuales, aun es muy importante por canalizar una buena parte de los mismos gracias a su proximidad con el consumidor.

Sin embargo, lo que ocupó una mayor parte del coloquio fue el planteamiento que tendrá que hacer el sector del huevo, en general, al comienzo del 2012, por el cambio forzoso de las actuales baterías de puesta a los modelos "enriquecidos", o bien a algún sistema alternativo, con las gallinas alojadas en un aviario o con salida al exterior. Lo malo, según se dijo, es que nadie sabe en que va a quedar la situación de los actuales productores que tengan que cambiar de sistema pues aparte de los que se inclinen por una u otra de estas opciones, no se tiene ninguna indicación sobre otra posibilidad, la de que algunos de ellos, de mediana capacidad, opten por el abandono de la actividad.

De una forma u otra, se espera que la producción española se siga contrayendo de igual forma que lo ha hecho en los últimos años, lo que daría lugar a la llegada de huevos procedentes de otros países, posiblemente más en forma de ovoproductos que en cáscara. Y si en ello se sigue la pauta de otros países que forman parte también de la Unión Europea, lo problemático son los controles de calidad de los huevos importados de "terceros países", producidos bajo unas condiciones —por sanidad, alimentación de las aves, aspectos laborales, etc.— mucho más laxas que las que imperan en ésta.

Sin embargo, la conclusión final es la de que el futuro de este tipo de avicultura de puesta alternativa está asegurado y que, pese a un mayor coste de producción del huevo y a las dificultades de su comercialización diferenciada, seguirá en la senda del crecimiento que ha tenido en estos últimos años.

José A. Castelló

(*) Ver el extenso reportaje publicado sobre ésta en el número de setiembre 2007 de SELECCIONES AVICOLAS



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

