

## Unos huevos de «compra maestra»

En primer lugar, ante la posible confusión debida al título de este artículo, permítasenos aclarar que su origen parte de una conocida recomendación por parte de la OCU -Organización de Consumidores y Usuarios- en sus habituales análisis sobre la calidad de los productos, para mencionar que marca merecía ser destacada entre las sometidas a estudio. Y en el caso que nos ocupa, los de la granja gallega "El Pazo de Vilane" fueron los destacados por la OCU en su número de marzo del 2008, como los mejores del análisis entre el grupo estudiado de los huevos de tipo campero (\*).

Pues bien, partiendo de esta referencia y animados por otros comentarios particulares de quienes habían adquirido estos huevos en Barcelona y ensalzando su calidad, una vez concertada una visita a esta granja y realizada la misma, exponemos seguidamente algunas observaciones en torno a ella.

(\*) En este reportaje de la OCU se analizaron los huevos de 28 marcas nacionales, habiendo resultado clasificados como "compra maestra" los ya citados entre los de gallinas criadas al aire libre, mientras que entre los de gallinas criadas en jaulas el primer lugar lo ocuparon los huevos Guillén.



La directora de la granja El Pazo de Vilane, Nuria Varela-Portas, en la nave que se describe en el artículo.

Continúa ►

## Vilafranca del Penedès recibió cerca de 45.000 visitantes en la Fira del Gall

Vilafranca del Penedès -Barcelona- celebró los días 18 y 19 del pasado diciembre su centenaria Fira del Gall con una afluencia de entre 40.000 y 45.000 visitantes, según datos del Patronato de Turismo de la localidad. Durante todo aquel fin de



semana los visitantes se acercaron al Parque de San Julián, que desde hace tres años es el espacio que acoge la feria, para disfrutar de una amplia oferta en torno al Gall Negre del Penedès. Este año, entre las novedades más destacadas se encontraban la ampliación del Concurso-Exposición de Gallina Penedesenca, que en esta ocasión incorporaba una Muestra-Concurso de Razas Catalanas: las Prat, Empordanesa y Flor d'Ametller. Este concurso tuvo lugar en un espacio de 150 m<sup>2</sup> de exposición, que acogió un total de 78 piezas de las cuatro variedades de gallo y gallina autóctona.

Además de todo esto, la feria mostró una vez más como ejes cen-

Continúa ►

## ► Vilafranca del Penedès recibió cerca de 45.000 visitantes...

trales el Mercado de Aves y la Muestra de Cocina de Aves, con 20 platos para escoger, de los que se sirvieron miles de degustaciones. La jornada comenzó con el citado Mercado de Aves, donde los visitantes pudieron contemplar los apreciados gallos negros del Penedès, patos, pavos y pollos camperos.

Otro de los puntos más valorados de la feria fue el servicio de matadero gratuito, que permitió al visitante escoger el ave que deseaba y en cuestión de horas tenerla muerta y desplumada. Por último, la venta de los gallos del Penedès se desarrolló en el stand de l'Associació de Criadors de Gallina de la Raça Penedesenca, que puso a la venta 375 piezas.

La raza del Gall Negro del Penedès -que se cría en las comarcas del Alt y Baix Penedès desde tiempos inmemoriales- tiene como características físicas especiales el plumaje negro azabache con irisaciones azuladas. Sus puntos de identificación se localizan en las patas, de color azul pizarra ceniciento y en su genuina cresta de 5 ó 6 puntas. También destaca su cuerpo alargado, sensiblemente diferente al de los híbridos, que lo tienen redondeado. La hembra es más pequeña y redondeada, fácilmente identificable por la puesta de sus característicos huevos morenos oscuros. ●

## Casa Tarradellas encabeza el ranking de los patés en conserva

Un análisis realizado por la consultora Iri España ha puesto de manifiesto que el paté en conserva es el gran protagonista de los lineales, al representar casi tres cuartas partes de los 1.214 "facings" (1) analizados. La firma más representada es Casa Tarradellas, que acapara el 27,5% de los "facings" de este producto. Por su parte, la suma de todas las marcas del distribuidor arroja una presencia

(1) Voz inglesa que significa "enfrentamiento" y que en marketing se utiliza para describir los productos presentados en la primera fila del lineal o expositor del punto de venta.

Continúa ►

## ► Unos huevos de «compra maestra»

### La situación cuenta

Situada en la cercanía de la pequeña población de Antas de Ulla, cerca de la carretera de Lalín a Lugo, su sede está en un precioso pazo propiedad de la familia Varela-Portas de Orduña desde hace 12 generaciones. Al lado del mismo pazo se encuentra la nave más antigua y una antigua vaquería, totalmente restaurada y acondicionada en temperatura a fin de convertirla en sala de clasificación, almacenaje y expedición de los huevos, mientras que las modernas granjas de producción están en otras fincas de los alrededores.

En la visita realizada nos reciben la propietaria del pazo y Directora de la explotación, Nuria Varela-Portas y el responsable de producción y calidad de la misma, Juan Pablo Basanta, Ingeniero Técnico Agrícola, quienes nos la iban a describir con detenimiento.



Panorámica de la misma nave, un modelo de tipo "túnel" de la empresa Cosma.

Para acabar de situar al lector, conviene advertir que Antas de Ulla se encuentra en el límite meridional de la provincia de Lugo, a una altitud de unos 500 m y en uno de los típicos parajes gallegos de bosques y prados. Esto conviene advertirlo por el entorno en que se hallan las gallinas camperas alojadas en el régimen de libertad propio de la finca, en unos terrenos en los que pueden gozar casi sin límites de la naturaleza, en unos prados en los que abundan robles, castaños, nogales y abedules.

La explotación avícola se inició en 1998 y ahora, a la vista de la creciente demanda de huevos, así como del éxito de otro producto propio, el dulce de frambuesa, ya están pensando en ampliarla con el montaje de nuevos gallineros.

### Las modernas instalaciones

En la actualidad la empresa dispone de dos fincas de puesta, adquiriendo las pollitas recriadas en otro lugar y haciendo la oportuna rotación de las entradas de los lotes a fin de disponer de un suministro continuo y regular de huevos. En conjunto, la capacidad total de las naves es de unas 30.000 gallinas.

Centrándonos en una de las dos naves más modernas que nos enseñaron, diremos que se trataba de un tipo prefabricado de COSMA, de 75 x 10 m en cada una de sus dos mitades, separadas por un almacén central en el que disponían, entre otras cosas, de la mesa recolectora de los huevos que luego

Continúa ►



## ► Unos huevos de «compra maestra»

se llevan al centro de clasificación. La construcción, de tipo túnel, no la describimos por ser ya muy conocida, cabiendo recordar solo el excelente aislamiento de su cubierta, con manta de fibra de vidrio, unos altos muros de mampostería, etc.

Las recrias para cada una de estas seminaves son de 6.000-7.000 pollitas recién nacidas, de las que a unas 16-17 semanas de edad quedan instaladas unas 5.500-6.500, lo que representa una densidad de 7,3 a 8,7 gallinas/m<sup>2</sup>, en todo caso inferior a las 9 gallinas/m<sup>2</sup> que fija como límite la ley.

En cada una de estas naves se cuenta con una zona central de slats, de 7 m de anchura, sobre la que se hallan los ponederos y, a ambos lados, la yacija. Los ponederos son de tipo comunal y, al igual que los slats, de la firma GURA, mientras que a cada uno de los lados del mismo, sobre la superficie de los slats, se dispone de una hilera de comederos de plato -RAPIDEX- y otra de bebederos de tetina -LUBING.

Como es habitual en este tipo de naves, la ventilación es natural, con ventanas corridas en sus dos fachadas principales. Bajo las mismas, se dispone de las obligadas trampillas que marca la ley para permitir la salida de las aves al exterior, de unos 50 x 100 cm cada una, con la particularidad de estar en las dos fachadas ya que a las aves se les da acceso al parque de ambos lados, sin más limitación que la que ellas mismas se imponen a causa del calor del día, la presencia de arbolado o de zonas de sombra, las distancias a recorrer, etc.



Costado de poniente de la nave, aunque con pocas gallinas, por el extremo calor del día, en una tarde de julio.

El amplio parque de ambos lados de las naves proporciona una superficie de 4 m<sup>2</sup>/gallina -2.500 aves/hectárea-. En el día de nuestra visita, con temperaturas a la sombra por encima de 35° C, la verdad es que vimos a gran parte de las gallinas refugiadas bajo los árboles o bien en la zona de sombra de la fachada opuesta.

### Un manejo sencillo, pero efectivo

En el momento de nuestra visita las aves que utilizaban eran Lohmann Brown, procediendo de la empresa AVIROJO, de Pontevedra. Según nos indicaron, antes habían trabajado con pollitas de otra genética pero ahora habían depositado mayor confianza en éstas.

Continúa ►

## ► Casa Tarradellas encabeza el ranking de los patés en conserva

del 21,6 % del lineal, colocándose en segunda posición, gracias sobre todo a las de El Corte Inglés -Hipercor y Aliada-, Carrefour y Mercadona. A continuación, se sitúa La Piara, con un 20,8 %, y ya a mucha distancia Apis, con un 6,7 %.

El estudio, llevado a cabo en cuatro hipermercados y cuatro supermercados de la provincia de Barcelona, también pone de manifiesto una situación muy diferente para foies -elaborado a partir de hígado de ganso, oca o pato, y con un precio mucho más elevado-. En esta ocasión, hay que destacar el papel que juega Alcampo, que con su marca blanca Auchan es la única MDD -marca de distribuidor- presente en los lineales de foies en lata o cristal y la que tiene mayor oferta en los foies en fresco. En concreto, la presencia de marca de distribuidor en los foies en lata se limita al 3,4% de los «facings» que ocupa Auchan, mientras que en los foies en fresco, la MDD representa el 21,9%, gracias en su mayor parte de nuevo a Auchan -19,5%- y en mucha menor medida al moderado papel de Eroski -2,4%.



Por tanto, otra conclusión a la que se llega con el informe es la gran diferencia entre paté y foie, aunque muchos consumidores los confundan. Mientras que el paté acapara el 85,9% de los 1.214 "facings" auditados -de los cuales el 72,8% corresponde al producto en conserva y el 13,1% al fresco-, el foie gras tan sólo representa el 14,1% restante -siendo el 7,3% presentado en lata o envase de cristal y el otro 6,8%, en fresco.

También se extrae la idea de que el foie es un producto más marquista que los patés; en los supermercados no se encontró ninguna marca blanca de foie, mientras que en los hiper, sólo el 12,6%. En cuanto al tipo de marcas que lo comercializan, suelen ser firmas especializadas en fabricar productos de "delicatessen". De hecho, tan sólo la marca "Martiko" distribuye foie en pequeñas superficies y no en todas, ya que sólo podemos encontrarlo en los lineales de Consum y de Mercadona. ●

## La empresa Cascajares abrirá delegación comercial en París

La empresa de agroalimentación Cascajares, radicada en Dueñas, Palencia, abrirá una delegación comercial en París para potenciar las ventas, según han informado fuentes de la sociedad. En la misma se coordinará el trabajo de prospección, promoción y distribución para llevar al país vecino los productos de la marca Cascajares. Esta oficina comercial contará además con un aula gastronómica donde se realizarán catas de productos y degustaciones a clientes (1).



La nueva apertura tiene su origen en la consolidación del plan de internacionalización de la empresa, que ha duplicado su facturación en exportación respecto a 2009.

Cascajares ha incrementado su facturación en exportación casi un 100 % respecto al pasado ejercicio, al pasar de 280.000 euros hasta los 550.000 de este año. Además, esto ha permitido ampliar la plantilla al pasar de 44 a 57 trabajadores.

La idea inicial es potenciar la distribución de los productos elaborados de Cascajares a través del canal Horeca -Hostelería, Restauración y Catering- para posteriormente buscar un hueco en el mercado de alimentación.

La empresa palentina, que nació en 1992 por iniciativa de sus propietarios, Alfonso Jiménez y Francisco Iglesias, exporta sus productos elaborados de alimentación en Portugal, Italia, Grecia, Holanda, Francia, República Dominicana, Rusia, Japón, Finlandia, Alemania y Andorra, además de en Canadá.

Fue precisamente en Canadá donde la búsqueda de nuevos mercados llevó a los propietarios de la empresa de alimentación a abrir, hace tres años, una pequeña delegación comercial en la región de Quebec. Después de una primera fase de adaptación al mercado ame-

(1) Ver el reportaje sobre Cascajares publicado en el pasado número de julio.

Continúa ►

## ► Unos huevos de «compra maestra»

El fotoperíodo es de 16 h, suplementando obviamente en gran parte del año la luz natural con la artificial por ellos producida.

Para el acceso de las aves al exterior abren las trampillas temprano por la mañana, a partir de lo cual las aves comienzan a salir libremente, bien a un lado o a otro de la nave. Según nos dijeron, no hacen rotación de parques pues hay tanta vegetación que no lo necesitan y aunque las fotos tomadas durante nuestra visita no lo demuestran, hay que tener en cuenta que era la peor época del año y que aquellos días la cercana Ourense estaba marcando los récords nacionales. En los períodos de descanso de cada nave renuevan la pradera laboreando, encalando para desinfectar y aportando nueva semilla de hierba en las zonas más secas.

Al atardecer todas las gallinas se recluyen voluntariamente en las naves, tras lo cual se cierran las trampillas para evitar la posible entrada de animales predadores. Referente a éstos, nos dicen que hay tres, el halcón, la gineta y el zorro, pero sin que hasta ahora les hayan producido grandes problemas.



Un pequeño lote de gallinas, en el mismo lado del parque, buscando la sombra de los árboles.

Para la alimentación utilizan piensos de una empresa de Melide, continuando con el de la recría hasta 19 semanas de edad, dando luego una ración de pre-puesta hasta el 5 % de producción, luego otra de puesta en los primeros meses de producción y al final otra de un contenido más elevado en calcio.

El cereal base de todos los piensos es el maíz, como corresponde por la zona -la húmeda Galicia- y, además, por la pigmentación deseada de la yema, alrededor del nº 12 en el abanico DSM, la preferida por los consumidores.

Como producciones, me muestran los datos de una manada de 6.200 pollitas iniciales que, a los 400 días de puesta -el período de puesta habitual que se suelen fijar, de unos 13 meses, lo que corresponde a unas 75 semanas de vida- han tenido una producción de 302 huevos por gallina, con una mortalidad acumulada de un 10 % y un consumo medio de pienso es del orden de unos 125-130 g diarios por cabeza, de promedio de todo el ciclo. Nada mal, ¿no?

La dirección técnica de la granja la tienen concertada con un veterinario, quien es el responsable del programa sanitario. Y aunque no entramos a discutir el mismo, nos indican que, obviamente, a la entrada de las pollitas criadas en la granja ya vienen vacunadas contra todas las enfermedades.

Continúa ►



## ► Unos huevos de «compra maestra»

Los huevos se recogen mecánicamente varias veces al día, llevándose enseguida al centro de clasificación. Les preocupa la puesta de huevos en el suelo, indicándonos que, de promedio, es del orden de un 1,5 %, aunque a veces algo superior, lo que depende en buena parte de la fecha, o del retraso, con que se instalan las pollitas en la nave de puesta...

### La base del negocio

Es la venta de huevos de gallinas camperas que, según argumentan, no tienen parangón por provenir los de Pazo de Vilane de gallinas con acceso a praderas con el abundante arbolado que caracteriza a la zona.

Los huevos se clasifican con una máquina MOBA antigua, que nos indican que piensan cambiar en breve. Se marca el origen, como es obligado, con una máquina DOMINO y se separan los de clases S y XL para venderlos separados, dejando mezclados en sus cajitas los de los tipos M y L. Las clases S y XL se venden a pie de granja o bien se envían a la industria.



Envasando los huevos del Pazo de Vilane, en el amplio centro de clasificación, en cajitas de una docena.

La comercialización es en cajitas de cartón de media o una docena, con un dibujo sencillo pero original.

Los huevos se venden en toda España, a un precio que no varían nunca, a 2,30 €/docena, puestos en granja, fuere cual fuere la situación del mercado y las oscilaciones de las lonjas. Se llevan a diario a Madrid, en donde está centralizada la distribución, mientras que los que se expenden en Barcelona, en El Corte Inglés y determinadas tiendas de barrio, se pagan a 3,50 €/docena.

¿No es un modelo de negocio avícola sencillo pero eficiente?. Y si uno puede desentenderse de los fuertes altibajos de precios de los huevos en las lonjas, por más que sepa que sus costes de producción sean superiores a los de las actuales macro-granjas de baterías, miel sobre hojuelas... y nunca mejor dicho si uno emplea la de "mil hojas" que también produce el Pazo de Vilane. ●

**José A. Castelló**

*Director de Real Escuela de Avicultura*

## ► La empresa Cascajares abrirá delegación comercial en París

ricano, la empresa palentina ha consolidado allí su presencia por lo que abrirá su propia fábrica de producción en el polígono de Saint Hyacinthe de Quebec, y ha firmado además dos contratos con sendas cadenas de restauración y de tiendas gourmet para distribuir sus productos elaborados. EFEAGRO. ●

## Delpeyrat entra en el sector del foie gras en España

El grupo francés Delpeyrat, especialista en elaborados de pato desde 1890 y con 13 centros de producción en el país galo que facturan 420 millones de euros al año, ha anunciado su inmersión en el lineal español de foie y el paté a través de la presentación de un amplio catálogo, ya que la compañía considera a España como uno de los mercados prioritarios para aumentar sus exportaciones. Las cifras hablan por sí solas: España importa 1.883 toneladas de elaborados de pato, situándose a la cabeza en el ranking europeo.

Delpeyrat fundó hace varios años la filial Delpeyrat Ibérica, y a través de ella ha distribuido sus productos a establecimientos de hostelería y tiendas especializadas bajo las marcas Sarrade, Fleurance Gastronomie, Leymarie y Le Canard du Midi. Esta filial tiene previsto alcanzar en 2010 ventas de 4,7 millones de euros -que representarían un crecimiento del 7%- con un volumen de comercialización de 350 toneladas.

Para su introducción dentro del sector español, Delpeyrat ha preparando un portafolio compuesto por más de una docena de productos, dentro de todas las categorías de foie y otros elaborados. La marca que ha elegido para ello es Delpeyrat, donde se engloban todos los productos crudos y transformados, si bien utiliza la submarca Delpeyrat 1890 para sus *mi cuit* y conservas y Delpeyrat Classic para los bloc de foie gras de pato.

Algunos productos que destacan en este catálogo son el foie gras de pato entero de 250 g, por 24,95 euros; el bloc de foie gras de pato *mi cuit* en lonchas (cuatro lonchas de 160 g por 8,90 euros u ocho lonchas de 260 g por 15,90 euros); solomillos de pato Tentation fácilmente desmoldables y un surtido degustación *mi cuit* con tres porciones de bloc de foie gras de pato, foie gras de oca y mousse de pato, entre otros. ●