Pere Pauné | Gerente de SADA Catalunya

«El pollo es el alimento del futuro»

Pere Pauné no podía haberse dedicado a otro sector mejor. La avicultura siempre estuvo presente en su vida, desde el momento en que, como él explica, "nací entre pollitos". Su madre lo sentaba en el suelo, entre los polluelos, para darles de comer. De la vida en la granja, la vida lo llevó, muchos años después, a formar parte de SADA, la empresa productora de pollo más importante de Catalunya.

● Siempre tuvo claro que quería dedicarse a la avicultura...

Toda mi vida siempre he estado entre pollitos, y ya de muy pequeño quería ser veterinario avícola. Así que fui a estudiar a Zaragoza, porque en aquel momento no había Facultad en Barcelona. Quería estudiar Veterinaria y seguir en el mundo avícola, y tuve la suerte de encontrar trabajo al día siguiente de terminar de estudiar. Había hecho realidad mi sueño, y desde entonces lo que he hecho es evolucionar. He pasado por varias empresas hasta entrar en SADA, lo cual para mí es un orgullo.

● Nada menos que más de 400 trabajadores en su zona y medio millón de pollos a la semana...

Sí, el Grupo SADA tiene una cuota de un 30% en el mercado, que quiere decir que uno de cada tres pollos que se producen lo hacemos nosotros. Aquí en Catalunya producimos 500.000 pollos de los tres millones de pollos semanales que cría el Grupo en total. Nosotros suministramos directamente a toda Catalunya, Aragón y Baleares.

● ¿Cómo cuidan el tema de la seguridad alimentaria en el matadero?

Para nosotros la seguridad alimentaria es una prioridad. No hay otra cosa que para nosotros sea más importante. Ya en el año 2000 Nutreco publicó un credo en el que estaban los cinco mandatos más importantes, y el número 1 era la seguridad alimentaria y la protección de los consumidores. Nosotros no entendemos otra manera si no es la de hacer alimentos sanos y seguros, y la verdad es que es mucho más difícil de lo que era, porque hasta hace no mucho, en cualquier carnicería o supermercado siempre había un carnicero que era el que partía los pollos, cogía los muslitos y repartía a los

SADA y su responsabilidad social corporativa

Pere Pauné se muestra orgulloso de la responsabilidad social corporativa que aplica la empresa, que es lo que consigue que "los 400 trabajadores de SADA, que son los que producen todas las bandejitas -nosotros producimos unas 50.000 diarias y en todo SADA son casi 500.000 al día- salgan bien. Nuestro nivel de reclamaciones es de 1,3 por cada millón de bandejas; o sea, tenemos un nivel mínimo, y seguimos bajando, pues antes era 1,5. Esto es gracias al compromiso de todos los trabajadores", explica Pauné, que añade que la clave ha sido motivar a los empleados haciendo cosas para ayudarlos: "Tenemos una trabajadora social, ofrecemos una beca para sus hijos, una residencia para sus padres, una reagrupación familiar si son extranjeros... De esta manera, ellos ven que somos más una familia que una empresa y además, sabiendo la importancia de la seguridad alimentaria, hacen las cosas así de bien".

Nota de redacción: la entrevista debe entenderse dentro del contexto en el que fue realizada, en mayo de 2011. Por ello, algunas de las cuestiones que se comentan han cambiado desde entonces.

clientes. Pero con el desarrollo del mercado moderno actual, en el que todo son lineales y bandejitas, entramos hasta la cocina del consumidor, como decimos nosotros. Tal como dejamos el producto es como se lo va a encontrar el consumidor final en su casa. Por tanto, tiene que quedar perfecto cuando sale de nuestro matadero.

También el consumidor parece que cada vez es más exigente con estos temas.

Sí, porque al final es algo que vas a comer tú, tu hijo o un abuelo. Son cosas con las que no puedes jugar. Nuestro producto es sanísimo, proteínicamente, el mejor; alimentariamente, completísimo; con una gran cantidad de aminoácidos esenciales, recomendado para niños y abuelos... No tiene ningún tipo de limitación.

En ese caso el futuro del pollo como producción debe estar asegurado...

En este aspecto estamos encantados de pertenecer a un sector que tiene un futuro muy brillante por delante. El pollo es el alimento del futuro; lo dicen todos los estudios y trabajos, porque no tiene ningún tipo de restricción, ni cultural ni religiosa, pero es que además es el animal que crece más rápido, que transforma el pienso en carne con mayor eficiencia y el que menos agua consume de todos.

La avicultura ha evolucionado mucho en los últimos años. ¿Cuáles diría que han sido los cambios más importantes históricamente hablando?

Es verdad que ha cambiado. Ahora decimos que los pollos tardan cada año un día menos en crecer. Y eso se ha conseguido desde el punto de vista de la genética, la alimentación, el control de las enfermedades gracias a veterinarios que están todos los días en las granjas, los equipos técnicos... Pero yo pienso que lo más importante que ha pasado es que hemos cambiado mucho la mentalidad. Lo mismo que ha ocurrido con los trabajadores pasa con nuestros granjeros. Ellos se dan cuenta de que no producen pollo, sino alimento, el primer esabón de una cadena en la que al final hay algo que puede comer un niño o un abuelo. Este cambio es el que nos va a dar la ventaja de futuro.

Sin embargo, sí que actualmente el sector tiene ciertos problemas...

-Sí, no vamos a esconder que ahora mismo estamos en un momento difícil. El precio de las materias primas ha subido mucho y esto ha hecho que el coste de producción haya aumentado, está en un 30% por encima que hace un año, pero bueno, es la situación actual y nos tenemos que defender como sea. Ha subido la gasolina, la electricidad... Ha subido todo. Por supuesto que nos gustaría poder vender un poco más caro, pero la gente está en una crisis económica y el consumo no es nada boyante, a pesar de que es un producto relativamente barato: con tres o cuatro euros puede comer una familia entera. Pero bueno, según nuestra forma de verlo, todo esto no influye: nosotros tenemos que ser competitivos, nuestras ventas y productos van para arriba, tenemos un precio correcto, hemos aumentado el número de trabajadores y hemos creado empleo.

Las estadísticas de sacrificio han aumentado. ¿Esto tiene relación con el consumo?

-Es que no podemos dejar un pollo vivo. Los pollos hay que sacrificarlos a todos, y si metemos más hay que sacrificar más. Hay un aumento del consumo de pienso, pero porque metemos más, hay que darles más de comer. Eso no quiere decir que se consuma más, muchos de esos pollos sacrificados están congelados. El consumo no es lo que era. En cambio, las empresas estamos metiendo pollo como antes. Hasta que esta situación no vuelva a regularse, vamos a tener problemas de precios.

Marisa Montes

Dudas de los lectores

LEDS: ¿Cómo reducir el coste de la luz al 90 %?

La Escuela de Avicultura envía desde hace tiempo -con periodicidad quincenal desde enero de este año- su newsletter Avicultura.com con información sobre las últimas novedades en el mundo de la avicultura de puesta y de carne. En el envío del pasado 16 de septiembre, titulado *¿Cómo reducir el coste de la luz al 90 por ciento?*, tuvimos un comentario de nuestro 'suscriptor web' Angel Bosch i Bosch, que nos llamó la atención sobre este título. Efectivamente, tal y como le comentábamos por e-mail, el título es correcto porque las mencionadas bombillas LED permiten reducir al 90% el gasto de electricidad empleado en iluminar, es decir, se reduce al 90% el coste de la luz. En la factura eléctrica de una granja de ponedoras se estima que, del total de la factura eléctrica, un 30% es gasto en iluminación, que es este 30% que se ha reducido al 90% al emplear los LEDs. Antiguamente, en una granja de puesta decir factura de la luz era sinónimo de decir factura eléctrica, aunque actualmente con la ventilación, los sistemas automáticos de recogida, etc., la luz supone cada vez menos porcentaje de dicha factura. Así pues, aclaramos que en el cuerpo del artículo, la traducción óptima debería haber sido "...ha conseguido reducir su consumo de electricidad para iluminación en alrededor del 90%", para evitar confusiones.

Agradecemos cualquier sugerencia que nos quieran hacer llegar de nuestro newsletter, al que se pueden inscribir, si aún no lo reciben, a través de www.avicultura.com