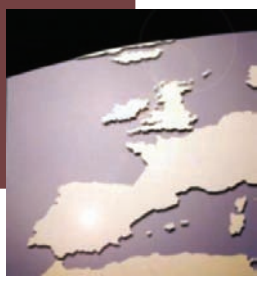

Presentación del Manual de Producción y Gestión de Perdiz Roja "De la granja a la percha"

El pasado día 20 de noviembre tuvo lugar la presentación del libro "Manual de Producción y Gestión de Perdiz Roja. De la granja a la percha", en la Facultad de Veterinaria de la Universidad de León, Este libro, editado por Nanta, es el resultado del acuerdo entre la propia Universidad y Nanta y pretende ser una ayuda importante para consolidar la profesionalización y viabilidad de la perdicultura. Sus coautores son Carlos Sánchez García Abad y José Antonio Pérez Garrido -Universidad de León- y Joan Fuster Monzo, Francisco Javier González González y Jesús Vicente Díaz Cano -Nanta-. Además es importante resaltar el privilegio que ha supuesto para este libro el que haya sido prologado por Mariano Tovar Hernández –Jefe de Producto de Avicultura de Nanta hasta 2002– y por Vicente Gaudioso Lacasa –Catedrático de la Universidad de León–.

La presentación sirvió para llevar a cabo una interesante jornada sobre el sector a la que asistieron numerosos perdicultores, profesionales y alumnos de la Facultad, tomando la palabra en primer lugar José Gabriel Fernández –Decano de la Facultad de Veterinaria– para agradecer a los autores su dedicación desinteresada a este manual y a Nanta el que haya gestionado su edición.

Seguidamente intervino Pedro Cordero, Director de Marketing de Nanta, para exponer su visión de la historia de cómo la cinegética ha pasado a convertirse en una actividad económica de gran importancia en algunas de las regiones y comentar la intención de Nanta de seguir aportando su conocimiento y experiencia. También hizo un pequeño repaso de la política y calidad de la compañía y concluyó resaltando la importancia que para Nanta tiene el mantener una continua relación con la Universidad.

A continuación, Joan Fuster, Jefe de Producto de Avicultura en Nanta, que comenzó su intervención refiriéndose a la primera suelta de perdices criadas en cautividad, en 1965, destacando después la evolución y profesionalización del sector a lo largo de estos 50 años. Seguidamente hizo un repaso del desarrollo en la alimentación de la perdiz, lo que ha permitido que hoy se disponga de alimentos de alta calidad por su presentación en mini migajas y su alta digestibilidad gracias a la incorporación de copos de cereales, con lo que se consigue un óptimo arranque de los perdigones. Para terminar su intervención, Fuster no olvidó comentar los últimos criterios a considerar en la producción de la perdiz roja.

En tercer lugar tomó la palabra Mariano Tovar, que quiso comentar los aspectos mencionados en su prólogo del libro y repasó sus inicios en el mundo de la perdicultura. Comentó lo que celebraba, tras sus once años jubilado, al comprobar cómo se seguía manteniendo ese espíritu de mejora y progreso en el sector.

Para concluir, Carlos Sánchez indicó su satisfacción por la culminación en este libro de una pequeña idea nacida en 2011, resaltando la importancia que tienen los progenitores en la cría de la perdiz y destacando especialmente la gestión cinegética, uno de los capítulos más interesantes de la obra, con los que considera sus "diez mandamientos" para conseguir éxito en la suelta.

Tras las intervenciones tuvo lugar un animado coloquio con todos los autores en

De izquierda a derecha, Joan Fuster, Mariano Tovar, Carlos Sánchez, José Antonio Garrido y Jesús Vicente Díaz.

el que se hizo especial hincapié en cómo han cambiado las cosas, en las posibilidades de mejora que todavía hay, por ejemplo en aspectos sanitarios y en la importancia del papel de la Administración. También se repasaron otros problemas que afectan al sector, como son la falta de una certificación común para toda España y se insistió en la conveniencia de crear una Norma de Calidad que recoja las condiciones de calidad, sanidad, emplume, bravura, etc., para la perdiz roja.

Por último, Óscar Gorostiaga, Director de Nanta en Castilla y León, para realizar un sentido homenaje a Mariano Tovar por su aportación a la perdicultura, entregándole una placa en reconocimiento a su labor, cerrando el acto Alberto José Villena, Vicerrector de Investigación de la Universidad de León. Finalmente se regaló un ejemplar a cada uno de los asistentes y se degustó un vino español por cortesía de Nanta.

Los interesados en interesado en el libro, pueden ponerse en contacto con nanta@nutreco.com. •

La cadena Kentucky Fried Chicken apuesta por los locales propios

Kentucky Fried Chicken –KFC- apuesta fuerte por España y, como consecuencia, se ha lanzado de cabeza a la apertura de espacios propios. Aunque su modelo de negocio se ha centrado, hasta ahora, en las franquicias, en el mercado español se atreve con los restaurantes que son 100% de su propiedad a través del formato chalet -diferentes alturas con una área de entretenimiento-.

Sin embargo, esto no significa que haya abandonado su tónica habitual para expandirse, a través de los franquiciados, sino que se decanta, cada vez más, por aumentar su cartera de locales. "Es un canal que continua y continuará teniendo un protagonismo muy importante", aseguran fuentes de la cadena. Pero sea por una vía o por otra, los reyes del pollo frito están experimentando un crecimiento destacable. "Ahora ya tenemos seis restaurantes propios y hemos pasado de un equipo de 12 personas a unas 200", detallan estas fuentes. Kentucky Fried Chicken tiene como objetivo llegar al año 2016 con 130 restaurantes en España. Actualmente, cuenta con 74 establecimientos repartidos por toda la geografía española, entre los que se integran los seis restaurantes propios ubicados Madrid, Valencia, Cádiz y Murcia.

Entre las próximas aperturas que esta enseña ya tiene marcadas en el calendario destaca la de un nuevo restaurante en Sant Boi de Llobregat, en la provincia de Barcelona, a fines de este año. •

Fernando Burgaz destaca "la inmensa labor de revisión de normas de calidad" que desarrolla el Departamento sobre un gran número de productos alimentarios

El director general de la Industria Alimentaria, Fernando Burgaz, ha resaltado la importancia de la garantía y la promoción de la calidad de los productos agroalimentarios y ha destacado "la intensa labor que se viene desarrollando en el Departamento para revisar las normas de calidad comercial de un ingente número de productos". Así lo ha trasladado a los asistentes a la Jornada de Agroalimentación que, organizada por el Comité de la Asociación Española para la Calidad, se ha celebrado el pasado 22 de noviembre en la sede del Departamento, en Madrid.

"Queremos poner al día esas normativas de calidad comercial que, en muchos sectores, están obsoletas y en algunos casos no contemplan la evolución y el desarrollo de la industria agroalimentaria en estos años", ha subrayado Burgaz.

En materia de control, el director general ha recordado que, si bien es competencia de las Comunidades Autónomas, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente –MAGRAMA- realiza una labor de coordinación "para que se pongan en marcha programas de control de una manera sistemática, de manera que se pueda garantizar que los productos que salen al mercado responden a la calidad que esperan los consumidores".

Burgaz ha resaltado también la especial sensibilidad que existe actualmente en el ámbito de la Unión Europea sobre el control de la calidad. Esto ha llevado a que se esté trabajando sobre algunos aspectos, "por lo que es posible que en los próximos meses se definan criterios o directrices específicas para tratar de avanzar más en el ámbito del control del fraude alimentario".

En su intervención, el director general ha explicado también que se está trabajando en una posible Ley de calidad alimentaria, una norma básica con criterios comunes en todas las Comunidades Autónomas sobre la calidad alimentaria.

Lo que se pretendería con este proyecto de Ley, ha subrayado, es "crear un mercado único de la calidad en España", evitando que los criterios y los procedimientos de trabajo difieran de una Comunidad Autónoma a otra. Simultáneamente, se establecerían mecanismos eficaces de coordinación entre las Administraciones que intervienen en este control, ha concluido Burgaz. •

El Gobierno repartirá más de 400.000 euros a interprofesionales agroalimentarias

Las organizaciones interprofesionales recibirán por parte del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente –MAGRAMA- en 2013 más de 400.000 €, según una resolución publicada el 23 de noviembre en el Boletín Oficial del Estado.

La aplicación presupuestaria del MAGRAMA para "acciones específicas" ha supuesto el reparto 321.511 € entre nueve interprofesionales -siete de ellas ligadas a la actividad ganadera-, a los que se suman otros 80.979 € con cargo a la aplicación presupuestaria para hacer frente a gastos de "asistencia técnica".

En lo referente a los sectores avícolas, a la interprofesional del huevo –INPROVO– se le conceden 20.947 €, a la de la carne de pollo –PROPOLLO- tres líneas de subvenciones por unos valores de 4.935, 4.620 y 4.322 €, en ambos casos para "acciones específicas" que impulsen y desarrollen su actividad, mientras que para hacer frente a los gastos de asistencia técnica a la interprofesional de las palmípedas grasas –INTERPALM-, se destinan 26.078 €.

Los capítulos concretos para los que las dos primeras interprofesionales recibirán las citadas ayudas son:

- **INPROVO**:
  "Evolución de los parámetros productivos de referencia en granjas avícolas de huevos de consumo"

- **PROPOLLO**:
  "Diseño de un sistema de seguimiento de los cambios en la demanda de la carne de pollo en España derivados de la crisis económica 2007-2012"
  "Elaboración de un sistema de acreditación "Origen España" específico para la carne de pollo. Implicaciones técnicas, sociales y económicas"
  "Diseño de planes de mejora de la calidad de la carne de pollo producida en España: análisis de la transparencia en la cadena productiva". •

Premio Familia Empresaria a COREN

El pasado 29 de noviembre el presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo, ha entregado al presidente de Coren, Manuel Gómez Franqueira, el premio "Familia Empresaria de Galicia" por la labor de su grupo, uno de los "grandes proyectos de Galicia", así como la segunda cooperativa alimentaria más grande de Europa.

Gómez Franqueira se ha mostrado muy agradecido por tal distinción y por las palabras dedicadas a su industria, "un referente que trasciende nuestras fronteras", como han indicado también los otros oradores participantes en el acto, destacando que el Grupo Coren, que integra a múltiples cooperativas ubicadas en su mayoría en la provincia de Ourense, es líder en los mercados de la avicultura, el porcino y el vacuno.

En el Hostal de los Reyes Católicos, Núñez Feijóo, acompañado por la Consejera de Hacienda, Elena Muñoz, y por el responsable de Economía e Industria, Francisco Conde, ha destacado la labor de la empresa gallega, cuyos éxitos, ha afirmado, "parecían imposibles" y por ello son "aún" más de valorar. Ha resaltado también la gran capacidad de adaptación de la marca, en tiempos "especialmente difíciles", y por ello ha apuntado que la filosofía corporativa de la empresa debería "estudiarse en los centros de negocio".

Respecto a la 8ª edición de los premios Familia Empresaria, Núñez Feijóo ha insistido en las características de estas empresas que presentan un reto "doblemente difícil" al tener que mantener la familia unida además de obtener beneficios, un aspecto que requiere de "una prudencia extrema". Debido a la relevancia de este modelo familiar de empresas en Galicia, el presidente de la Xunta ha expresado su intención de "seguir trabajando" por ellas y en la necesidad de "no penalizar el relevo generacional", un planteamiento que nació en el seno de la asociación organizadora del galardón y que se implantará el 1 de enero de 2014.

La Asociación Gallega de la Empresa Familiar –AGEF- ha resaltado de la familia Gómez Franqueira su generosidad con Galicia y su alta capacidad de trabajo, y ha indicado que los valores instaurados por el fundador son continuados en la dirección por la segunda y la tercera generación de esta saga. EFEAGRO •

Reunión Técnica Aviagen, S.A.U.

El pasado 20 de noviembre de 2013 Aviagen, S.A.U. organizó una reunión técnica en un hotel de Madrid, con la participación de más de 90 personas pertenecientes a la mayoría de empresas del sector del pollo de carne en España, además de algunos asistentes de Portugal y Marruecos.

Inició la reunión Sergio Illán Mateo, gerente de Aviagen, S.A.U. para dar unas pequeñas pinceladas sobre la compañía, dedicada a la producción y comercialización de reproductoras Ross para Marruecos, Portugal y España. Según dijo, es la empresa líder en el sector en España y Portugal y en un mercado mundial de 457 millones de reproductoras el grupo tiene una cuota de mercado del 51%.

También indicó que entre 80 empresas con más de 7.000 empleados en todo el mundo, Aviagen pertenece a EW Group, un holding familiar, fundado en 1932, enfocado en la mejora basada en I+D+i y la calidad y con un compromiso en el desarrollo de la genética de la avicultura de carne y de huevo. Así, sus actividades engloban las genética del pollo -Ross, Arbor Acres e Indian River–, de las ponedoras -Hy Line, Lohmann y H&N-, del pavo –BUT y Nicholas– y del salmón y la trucha, la producción de huevos incubables -CWT Farms-, vacunas de avicultura, huevos SPF para vacunas y otras actividades diversas.

El nuevo manual de reproductoras ROSS 308

Seguidamente, Juan Antonio Játiva hizo la presentación de este amplio Manual, acabado de editar, en el que se brinda la información más actualizada sobre todos los aspectos clave de manejo de los reproductores desde la cría-recría hasta la producción, abarcando también la evaluación de las condiciones físicas de las aves, el cuidado de los huevos incubables, los requerimientos sobre medioambiente, nutrición, salud y bioseguridad. De esta forma el Manual es una herramienta de consulta y de ayuda en el manejo para todos aquellos que trabajan con reproductores.

Nuevas especificaciones nutricionales

A continuación intervino Álvaro Puente López para hacer la presentación de las nuevas especificaciones nutricionales 2013 para la reproductora Ross 308.

Según dijo, en ellas se revisan los dos programas de alimentación utilizados a nivel mundial durante la recría, con sus modificaciones respecto a los anteriores en cuanto a contenido en aminoácidos y la composición del corrector minero-vitamínico. También se propone el uso de un segundo pienso en producción, con ligeras modificaciones en los valores de proteína y minerales con respecto al de la primera fase de producción, así como la revisión del componente minero-vitamínico, potenciando determinados valores.

Finalmente se revisa el alimento para los machos y su importancia en cuanto al control del peso corporal y su incidencia en la mejora de la fertilidad.

Xavier Asensio presenta el "Easy Flock"

El "Easy Flock" es un programa cuyo objetivo es realizar análisis técnicos y comparaciones totalmente confidenciales de los resultados de las empresas en relación a la media del país y al 25 % mejor, permitiendo su comparación, a los clientes de Aviagen, mejorar en el aprovechamiento del potencial genético de las estirpes comercializadas por la empresa.

El programa permite recopilar los resultados técnicos de las diferentes estirpes de reproductores pesados comercializadas por Aviagen de forma que, una vez introducidos los datos de la propia manada, se pueden separar los mismos por "cuartiles" y generar varios tipos de resultados comparativos, por ejemplo entre países, entre diferentes empresas o entre diferentes años.

Presentación del BEEP: "Broiler Economics for Energy and Protein" (Economía del broiler para la energía y la proteína)

Fue la siguiente presentación, desarrollándola Leonardo Linares, quien explicó que se trata de un modelo bio-económico de Aviagen para ayudar a tomar decisiones en relación a la densidad de los nutrientes y así hacer frente a la volatilidad de los mercados.

El programa está basado en la combinación de los resultados de 11 ensayos efectuados durante tres años en diferentes partes del mundo, recopilándose sus datos para definir las respuestas biológicas de los broilers a diferentes densidades de energía y aminoácidos. El programa realiza cálculos económicos a partir de los datos sobre el

coste del pienso, de las respuestas biológicas de las aves y del precio de los productos comercializados: pollo vivo, pechuga, etc.

El presente y el futuro del broiler Ros 308

Fue la última presentación, estando a cargo de Santiago Avendaño, genetista de Aviagen, quien expuso lo que la empresa invierte en investigación para el progreso equilibrado de las características de reproducción y de engorde. Según dijo, a través de la aplicación de novedosas tecnologías, se consigue un avance continuo en las características comerciales del pollo, como el peso vivo y la conversión alimenticia, además de otros caracteres relacionados con el bienestar, como son la rusticidad, la aptitud cardiovascular y la fortaleza esquelética.

Uno de los principales objetivos de la selección es para la mejora de la conversión alimenticia, por la gran importancia que tiene para incrementar aún más el rendimiento de la producción. Para ello, en el 2004 Aviagen inició un sistema vanguardista de análisis permanente de la conversión alimenticia, utilizándose estaciones de pienso, controladas electrónicamente, para registrar el consumo de cada ave de pedigrí del programa de selección en un ambiente de grupo bajo condiciones similares a las de las granjas comerciales.

Otro avance, enfocado a mejoría la fortaleza de las patas es el de la unidad de rayos X, llamada Lixiscopio, habiendo sido Aviagen la primera empresa en implementar su uso para detectar e identificar de forma segura la discondroplasia tibial –DT-. Así se ha podido identificar con precisión la DT y realizar el proceso de selección en base a su presencia o ausencia, lo que, al combinarse con la evaluación individual del caminar del ave, ha mejorado significativamente la fortaleza de las patas.

En lo referente a la viabilidad, Aviagen es la única empresa de genética aviar que utiliza varios ambientes de selección para las aves de pedigrí, junto con condiciones similares a las comerciales, para identificar las aves con el mejor resultado genético y con las características de rusticidad que son necesarias para sobrevivir con éxito en los ambientes más difíciles. Este programa de selección utiliza tecnología punta para medir la rusticidad y la condición física, así como los componentes clave que la afectan, tales como la fortaleza de las patas y la función cardiopulmonar.

En cuanto al rendimiento de pechuga, la selección que se realiza combina la evaluación directa del rendimiento en los hermanos y hermanas de las aves de pedigrí con la medición de los resultados y la información de campo. Adicionalmente, el desarrollo y el uso de tecnología no invasiva de ultrasonidos brinda una evaluación precisa del rendimiento, posibilitando llevarla a cabo en aves vivas.

Por último, Aviagen incluye información genómica en su rutina de selección de las líneas de élite, complementando las técnicas de selección existentes y aportando una mejora continua a sus productos. Aviagen comenzó a utilizar la genómica en su programa de selección comercial en junio de 2012, y se convirtió en la primera compañía que incluye la misma como fuente adicional de información en el programa genético de investigación y desarrollo. •

ROSS
An Aviagen Brand

LÍDER EN ÍNDICE DE CONVERSIÓN

ROSS
An Aviagen Brand

Escanee aquí para saber más

o visite nuestra web www.fcrleader.com

El resurgir de las ponedoras H&N

Según el Rabobank, el crecimiento de la demanda mundial de proteína animal para alimentar a la población desde la década de los 80 del siglo pasado hasta el 2030 se habrá más que duplicado. De este imparable crecimiento, los huevos con un 48% y la carne de ave, con un 60% de crecimiento, serán los segmentos de mayor recorrido.

Para afrontar esta creciente demanda se precisa ser cada vez más eficaces en la producción y disponer de genéticas lo más rentables posible. Por otro lado, los días en que en producción animal lo único que importaba eran los kilos. de carne producidos, han pasado a la historia pues ahora, en el mundo occidental, las cinco principales demandas del consumidor para el período 2010-2012 para los productos avícolas son, en este orden: 1) el no uso de aditivos/preservativos; 2) la "micro-ondabilidad"; 3) un sistema de producción "ético", respetuoso con los animales y el medio ambiente; 4) la ausencia o reducción a la mínima expresión de alérgenos; 5) la facilidad de preparación.

Con esta introducción Eduardo de Souza presentó los nuevos servicios de H&N en España pero solo tras indicar que la proteína avícola es la única capaz de satisfacer la imparable demanda global de proteína animal aunque el sector sólo tendrá éxito si es cada vez más capaz de ser eficiente produciendo no ya sólo en cantidad sino también con bioseguridad y sanidad. Según dijo, "la bioseguridad ha dejado de ser un requisito sólo de los países occidentales y los requisitos en seguridad alimentaria son también cada vez mayores en los países emergentes".

H&N y su integración en un gigante de la selección animal

H&N International y H&N Peninsular son empresas pertenecientes al Grupo EW, una multinacional alemana que cuenta con unos 4.800 empleados a nivel mundial y posee una variedad de compañías activas en las siguientes áreas:

- Reproducción y distribución de animales
- Salud animal y humana
- Producción de huevos limpios y libres de patógenos específicos -SPF, por su acrónimo en inglés-
- Producción de alimentos

Jorge Sagardía, responsable de H&N España.

H&N ha desembarcado de nuevo en España y con fuerza. Nos consta que, como mínimo desde 1960, las pollitas ponedoras de H&N ya estaban en el mercado español. Tras las compras, fusiones y concentraciones empresariales en genética animal de la última década, H&N vuelve en el 2013 al mercado español y portugués a través de H&N Peninsular. Con este objetivo el pasado 15 de octubre H&N organizó una jornada en Madrid de presentación en "sociedad" ante unos 70 asistentes.

A continuación resumimos lo más destacado de las presentaciones que se hicieron: "Queremos el éxito del avicultor" a cargo de Jorge Sagardía, responsable de H&N España, presentando los servicios de H&N Peninsular; "Perspectiva Global" y "H&N, genética avícola desde 1945", ambas a cargo de Eduardo de Souza Pinto, Gerente de H&N Internacional y "La estirpe H&N Brown Nick, una "nueva" pollita para España y Portugal" a cargo del Dr. Matthias Schmutz, Genetista en H&N International.

En H&N tienen a las gallinas de las líneas puras, las "abuelas" de las reproductoras, alojadas en jaulas individuales para poder evaluar el consumo individual de pienso y todos los parámetros de la puesta. Un pequeño porcentaje no obstante se aloja en jaulas comunales para poder evaluar potenciales peligros de canibalismo.

Todas las pollitas marrones H&N "Brown Nick" distribuidas en España proceden de la granja de reproductoras de MULTIAVES Avícola Internacional, Lda., situada en Caramulo, Portugal. Sus nuevas instalaciones están ubicada en una zona aislada a la que se accede por una carretera que no lleva a ningún otro sitio y tras estrictas medidas de bioseguridad.

El EW Group GmbH fue fundado en 1999 y tiene su sede en Visbek, Alemania. Entre otras actividades, una de sus principales responsabilidades es el suministro de material genético a nivel global para la industria avícola. Otras actividades son todo lo relacionado con la sanidad animal, ingredientes funcionales para el pienso, almacenamiento de grano y producción de huevos SPF para investigación y laboratorios.

La filosofía de este conglomerado empresarial es permitir que cada una de sus unidades de negocio opere independientemente, incentivando y promoviendo el EW Group el intercambio de ideas, información y tecnologías entre sus compañías involucradas en áreas similares. En lo concerniente a reproductores pesados para suministro de pollos de engorde está Aviagen y en cuanto a las ponedoras está H&N International –de quien depende H&N Peninsular-, Lohmann Tierzucht y Hy-Line, operando cada una de las tres de forma independiente y con productos diferentes.

Estrategia para la península Ibérica

Para poder distribuir sus pollitas recién nacidas a los productores de España y Portugal en el 2012 se crea H&N Peninsular con el objetivo de ofrecer las mejores aves para puesta, con el mejor servicio y el mejor coste, esto último a través de un canal de venta mayoritariamente on line a través de www.hnpeninsular.com. El objetivo último es hacer negocio ayudando al avicultor desde la nave y no desde un despacho corporativo.

Para esta nueva etapa, en julio del 2012 H&N alojó su primer grupo de reproductoras en su granja de multiplicación de Caramulo, Portugal, encargándose Multiaves Internacional exclusivamente de la producción, no de la venta, mientras que H&N Peninsular es la única responsable de la distribución.

El avicultor de puesta puede escoger pues en H&N entre sus pollitas marrones "Brown Nick", con genética y granja reproductoras ubicada en Portugal, o sus pollitas blancas "Super Nick" con las reproductoras ubicadas en Holanda.

Un poco de Historia sobre el grupo HN

- 1945: El Dr. A. Heisdorf funda la empresa en Seattle, Estados Unidos.
- 1958: H&N licencia a Lohmann Tierzucht –Alemania- su genética por 20 años.
- 1965: Se lanza al mercado la ponedora de huevos marrones "Brown Nick".
- 1978: Finaliza la cesión de la genética a Lohmann Tierzucht y esta inicia su propia selección.
- 1997: Microsoft, empresa ubicada en los terrenos vecinos en Seattle. USA, compra las instalaciones de H&N para ampliar su sede.
- 1997: El programa genético de H&N es transferido de Estados Unidos a Alemania.
- 1988: Las reproductoras blancas "Super Nick" se venden por primera vez en Japón.
- 2012: Se empieza a operar en la Península Ibérica con el nombre de H&N Peninsular.

Cuáles son los criterios en la selección genética aplicados en H&N:

La característica más importante en la selección de líneas puras es la persistencia de la curva de puesta con el objetivo último de obtener una semana adicional de puesta cada dos años.

Esta selección para aumentar el número de huevos por ponedora se basa en 4 puntos:

1. Conseguir un rápido incremento del peso de la pollita para combinarse con una madurez sexual óptima
2. Conseguir picos de puesta sostenidos en el tiempo
3. Conseguir una producción persistente en el tiempo de huevos "vendibles" (dureza de cáscara)
4. Obtener un alto porcentaje de huevos tipo A. •