



Edita:
REAL ESCUELA DE AVICULTURA

Director y editor:
Federico Castelló
fcastello@avicultura.com

Redacción:
Fernando Castelló
comunicacion@avicultura.com

Colaboradores:
Alfredo Corujo José A. Castelló
Carlos Terraz Mar Fernández
Diana V. Bourasa Peter Van Horne
Fernando Castelló Ricardo Cepero
Geert-Jan Camps Serafín García

Diseño y maquetación:
Roberto Puente C.
design1@avicultura.com

Publicidad y Marketing:
Damián Páez
marketingREA@avicultura.com
Tels 93 792 11 37 y 678 55 61 44

Suscripciones y atención al cliente:
contabil@avicultura.com
628 53 64 90
Tel. +34 93 792 11 37

Dpto. atención al suscriptor
Real Escuela de Avicultura
Plana del Paraíso, 14
08350 Arenys de Mar. Barcelona
Tel. 93 792 11 37
www.avicultura.com
contabil@avicultura.com

Depósito legal:
B. 429 - 1959. ISSN 0210 - 0541

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN 2018

	1 año	2 años
España (sin IVA)	65 €	120 €
Extranjero (correo superficie)	95 €	190 €
Números sueltos		
España	6 €	Extranjero 9 €

Sobre la Real Escuela de Avicultura:
La avicultura, nuestra pasión.
Observamos • Analizamos • Explicamos

La Real Escuela de Avicultura, observa, analiza y explica todo lo que preocupa y ocupa a los profesionales del sector avícola, divulgando este conocimiento así como las tendencias del sector fruto de su observación e interacción con granjeros, técnicos, empresas, administración y las demandas de la sociedad.

Esta actividad divulgativa es posible gracias al apoyo de sus suscriptores, anunciantes y asistentes a sus Jornadas y cursos.

La revista SELECCIONES AVICOLAS publica artículos originales y reproduce trabajos presentados en otros medios de comunicación. Los artículos originales deben reunir unos determinados requisitos, que se indicarán a los interesados. Los artículos no originales provienen de trabajos presentados en congresos y simposios nacionales o internacionales, de otras revistas científicas o de divulgación, o de estudios publicados por centros experimentales de todo el mundo, para lo cual cuenta con expresa autorización.

SELECCIONES AVICOLAS, fundada en 1959 por Federico Castelló de Plandolit, es continuación de la primera revista avícola en castellano publicada en el mundo, «Avicultura Práctica», editada en 1896 por el Prof. Salvador Castelló.

Portada: El sector avícola debe escuchar y comunicar todavía mucho más al consumidor y a la industria alimentaria y no vivir aislado en la, a veces, burbuja de nuestra granja o negocio avícola. El consumidor ya es el Rey. En la foto, edición de 2018 de Alimentaria.

EDITORIAL

LA TRANSPARENCIA, CUESTIÓN DE IMAGEN

¿Se han preguntado nuestros lectores, productores de huevos o de carne de pollo, cual es la imagen que tiene la sociedad en la que vivimos de los artículos que le ofrecemos?.

Muy posiblemente, absortos o preocupados por los problemas de toda índole con los que nos enfrentamos a diario, no solemos prestar la debida atención a esta imagen. Y así no es de extrañar el que, salvo algunas excepciones, entre el público en general y el consumidor en particular persista la imagen de un pollo criado en condiciones de hacinamiento – cuando no “con hormonas” – o unos huevos producidos por unas gallinas hacinadas en las baterías del pasado siglo ... de los cuales no conviene abusar a fin de no aumentar nuestra colesterinemia.

Estos pensamientos están rondando desde hace tiempo por nuestra mente al haber visto los loables esfuerzos que se han hecho en otras latitudes para mejorar esta imagen nada favorable que se tiene, en general, de nuestros productos. ¿Cómo?. Muy sencillamente, mediante algo muy sencillo,

¡ la transparencia !

..... pues aunque no deseamos equipararnos a aquellos restaurantes con la cocina a la vista de los comensales, creemos que algo puede hacerse para la mejora de la más bien pobre imagen de nuestros sectores ganaderos.

Veamos, como ejemplos, algunos casos de esa transparencia por la que abogamos, aunque fuera de nuestras fronteras, en los Países Bajos y Alemania, ¡casi como no podía ser de otra forma, punteros ambos en envidiables proyectos económicos !.



En lo referente a la producción de huevos, la puesta en marcha de la granja Kipster, en el sur de los Países Bajos, hace solo unos meses, ha representado un nuevo hito en el acercamiento del público a la forma en que se estos se producen. Con gallinas en el suelo, en parques con vegetación y amplias vidrieras desde el exterior de las cuales el visitante puede ver las gallinas moviéndose libremente, ofrece una visión idílica de una forma de producción que, aun encareciendo el producto, luego se supone que queda compensada con el más elevado precio que algunos pagarán por él en los lineales del supermercado.

Algo parecido, en este mismo campo, del proyecto Rondeel, también en Holanda, del que ya informamos en su día, con una nave “redonda”, al igual que el estuche de los huevos, bastante más caros que los de otras gallinas en el suelo o camperas ¡en un país en el que los de batería ya solo se producen para la exportación!

Pasando a Alemania, el pasado noviembre se inauguraba una de las mayores plantas de incubación europeas en la que, aparte de la novedad tecnológica de operar con unas nacedoras en las que los pollitos - 1,6 millones por semana – acceden al pienso y al agua de bebida desde el mismo momento de su nacimiento, los visitantes pueden seguir todo el proceso desde unos pasillos aislados tras unas enormes superficies encristaladas.

Obviamente, ya sabemos que todo ello entraña unos conocidos riesgos sanitarios pero no dudamos de que los promotores de estos proyectos ya habrán sopesado este aspecto contra la ventaja que supone la imagen de lo que producen, traducida en términos económicos. Pues también aquí, como en otros mil artículos de consumo, la transparencia en la imagen del producto es clave en lo que se puede obtener con su venta. •