

La carne de pollo, en sintonía con los alimentos de alto consumo



Federico Félix Real.

Presidente de la Organización Interprofesional de la Avicultura de Carne de Pollo (Propollo).

El año 2006 no fue un buen año para la avicultura de carne. La crisis de la Influenza Aviar se dejó sentir en todos los países y el consumo de carne de ave descendió fuertemente. Los datos de comercio exterior durante el primer semestre del año así lo confirman.

El consumidor recibió un aluvión de noticias, todas negativas sobre las carnes blancas y algunas empresas, en Francia y en Italia, tuvieron que reducir plantillas en los mataderos y reducir fuertemente sus producciones.

En España el impacto fue menor, pero no por eso menos grave. Ya en el último cuatrimestre de 2005, los precios habían sufrido una fuerte bajada, pero nada comparable a marzo y abril de 2006. Los precios por debajo de costes ocasionaron elevadas pérdidas al mismo tiempo que el consumo rozaba mínimos hasta entonces desconocidos. La serenidad del sector fue ejemplar y ya en junio las cosas cambiaron, manteniéndose desde entonces, los precios medios mensuales, a un valor no sospechado en abril de ese mismo año.

Los países de la Unión Europea han reaccionado también con prudencia y los datos sobre producciones de



España se ha situado en el segundo productor de carne de pollo, detrás del Reino Unido y antes que Francia

carne de pollo aunque se han recuperado, se destinan más al comercio interior que a la exportación a terceros países. Ha habido como una redistribución de fuerzas, recuperándose antes los países con mayor consumo interno que los dedicados a exportar una parte importante de su producción.

España se ha situado en el segundo productor de carne de pollo, detrás del Reino Unido y por delante de Francia, aunque hay que reconocer que nuestra avicultura se centra fundamentalmente en la carne de pollo, 1.015.421 t y 21.304 t en carne de pavo, el resto de producciones de carne de aves son casi insignificantes, frente a las fuertes producciones de pavo, pato y ganso de Francia, Italia, Portugal o Alemania.

El esfuerzo en comunicación ha sido muy importante y hemos trasladado al consumidor y lo seguiremos haciendo, confianza sobre nuestros productos, con campañas de imagen que antes no habíamos realizado, aproximándonos a través de los puntos de venta con una información clara, concisa y asequible.

La calidad de la carne de pollo es indiscutible, sin embargo sus bondades, reconocidas en el mundo científico y médico, no han llegado con intensidad al consumidor final. Sus valores en proteínas, sus ácidos grasos poliinsaturados y monoinsaturados responden claramente a los valores que hoy y mañana los consumidores van a pedir a los alimentos de alto consumo como lo ha venido siendo y lo será, la carne de pollo. ●