

Comercialización de nuevos productos de ave

R.C. Baker

(*Industria Avícola: 25, 10, 32-35. 1978*)

Desde 1960, científicos en alimentación humana de la Universidad de Cornell, Estados Unidos, han creado 38 nuevos productos basados en la carne de ave. De ellos, 23 han sido probados en el mercado. Muchas de las ideas empleadas para concebirlos fueron tomadas de la industria elaboradora de la carne roja. Simplemente debíamos aprender cómo usar la gallina en estos productos en lugar de la carne roja.

¿Qué ha hecho la industria norteamericana al respecto durante este tiempo?. Durante largos años nadie hizo nada y parte de ello se debía a nuestras vivas anticipaciones. Confiábamos en que la industria comenzaría a producir estos artículos de inmediato, pero no fue así.

Poco después de haber comenzado nosotros a desarrollar nuevos productos con carne de aves, aparecieron en el mercado las máquinas deshuesadoras. Pensé que éste era un progreso importante y que pronto veríamos nuevos productos para el consumo, pero tampoco ocurrió así. Varias empresas comenzaron a deshuesar los cuellos y los lomos de las aves, pero no usaron la carne obtenida para una elaboración posterior. En lugar de esto, vendían lo que podían a los elaboradores de carne roja, que añadían un 15 por ciento de la carne de ave a sus salchichas vienasas, sin estar obligados a cambiar de nombre del producto. Finalmente, un par de firmas elaboradoras comenzó a vender salchichas vienasas de carne de gallina. Ahora, varias firmas las producen.

Tratándose de eviscerar pollos, los mataderos de aves tenían los conocimientos para ello, pero la producción de salchichas vienasas y embutidos de gallina era otra cosa. La evisceración de gallinas no era tan lucrativa

como fue en la década de los 60 y no había capitales fácilmente disponibles para pensar en nuevas empresas. Además, siempre se necesita que alguien sea precursor y probablemente eso es lo que está ocurriendo ahora.

Los consumidores podrían resistirse

Existía entonces y todavía existe en la industria avícola la impresión de que el público consumidor no aceptaría psicológicamente productos como salchichas, chorizos, salchichón, salame, etc. a base de gallina. Yo también solía pensar eso, pero he cambiado de idea. Evidentemente hay una barrera psicológica, pero puede vencerse.

En 1963, cuando probábamos en el mercado las salchichas vienasas de gallina, mucha gente se resistió. Actualmente, parece que ya no es así. Muchos consumidores dicen que compran esas salchichas porque les parecen más saludables que las elaboradas con otras carnes. Puede haber cierta resistencia todavía, pero no durará mucho tiempo. Especialmente si nosotros, como industria, creemos que esto se puede lograr.

¿Qué se debe hacer?. Observemos el futuro, con sus perspectivas. ¿Qué ocurre con el mercado de pollos frescos?. Probablemente este mercado se mantenga siempre, pero no ha de extenderse mucho. Hay algunos productores que parecen tener cierto "monopolio" en el mercado de pollo fresco y no todo el mundo puede subsistir en este sector. Por consiguiente, ¿por qué no pasar a la elaboración de la carne de ave, que es más nuevo?. Podrían constestarnos: "Entiendo sobre cómo proceder con cuellos y lomos, pero ¿qué pasa con el cuerpo entero?. Pues bien, he aquí algunas ideas.

Gallina dorada precocida

A nivel detallista e institucional existe demanda por los alimentos precocinados. No veo porqué el pollo deba ser una excepción. Y ¿qué ocurre con la gallina dorada precocinada?. La verdad es que puede expansionarse mucho todavía. Me atrevo a anticipar que los consumidores han de comprar cada vez más gallina dorada precocinada en sus supermercados.

Actualmente, el público consumidor acude a su tienda para comprar gallina caliente y lista para comer. Lo hacen porque esa gallina está totalmente preparada y es de buena calidad. Sin embargo, no hay razón para suponer que la gallina dorada precocida expedida por el supermercado no deba ser de buena calidad y ciertamente conveniente. En el pasado se han dado casos en que el artículo no era del todo conforme, principalmente porque no había sido fosfatado y al calentarlo se secaba demasiado. De este modo, para el consumidor tenía un sabor a "recocado".

Revisemos ahora este mercado. Muchos consumidores compran ahora sus fracciones de pollo listas para comer. Esto significa que, en muchos casos, deben acudir al punto de venta existente en camino hacia su hogar y esperar turno para ser atendidos. Cuando el consumidor llega a su casa, el pollo se ha enfriado y debe ser recalentado. Si los consumidores pudiesen comprar un producto de calidad, lo recogerían en su supermercado, donde generalmente deben detenerse de todas maneras para comprar otros artículos. Así les resultaría más económico porque en estos establecimientos se vende el producto por peso y no por pieza y, en realidad, no hay más trabajo en calentarlo que en mantenerlo caliente. De todos modos, el ama de casa debe preparar otros alimentos, de modo que tiene tiempo para calentar la gallina.

En la Universidad de Cornell hemos desarrollado un nuevo método para preparar gallina precocida. Con este método, el comerciante obtiene un rendimiento mayor y la gallina tiene más sabor. Se hace esto simplemente calentando al vapor las fracciones fosfatadas, con la pasta y el pan rallado ya aplicados, evitándose así la pérdida de los jugos. Al mantener éstos, se obtiene un ma-

yor rendimiento y más sabor. Si se cuece la gallina en agua, se pierde parte del sabor y rendimiento. Puede comprobarse esto con sólo probar el caldo.

Aceptación relativa de pollo ahumado

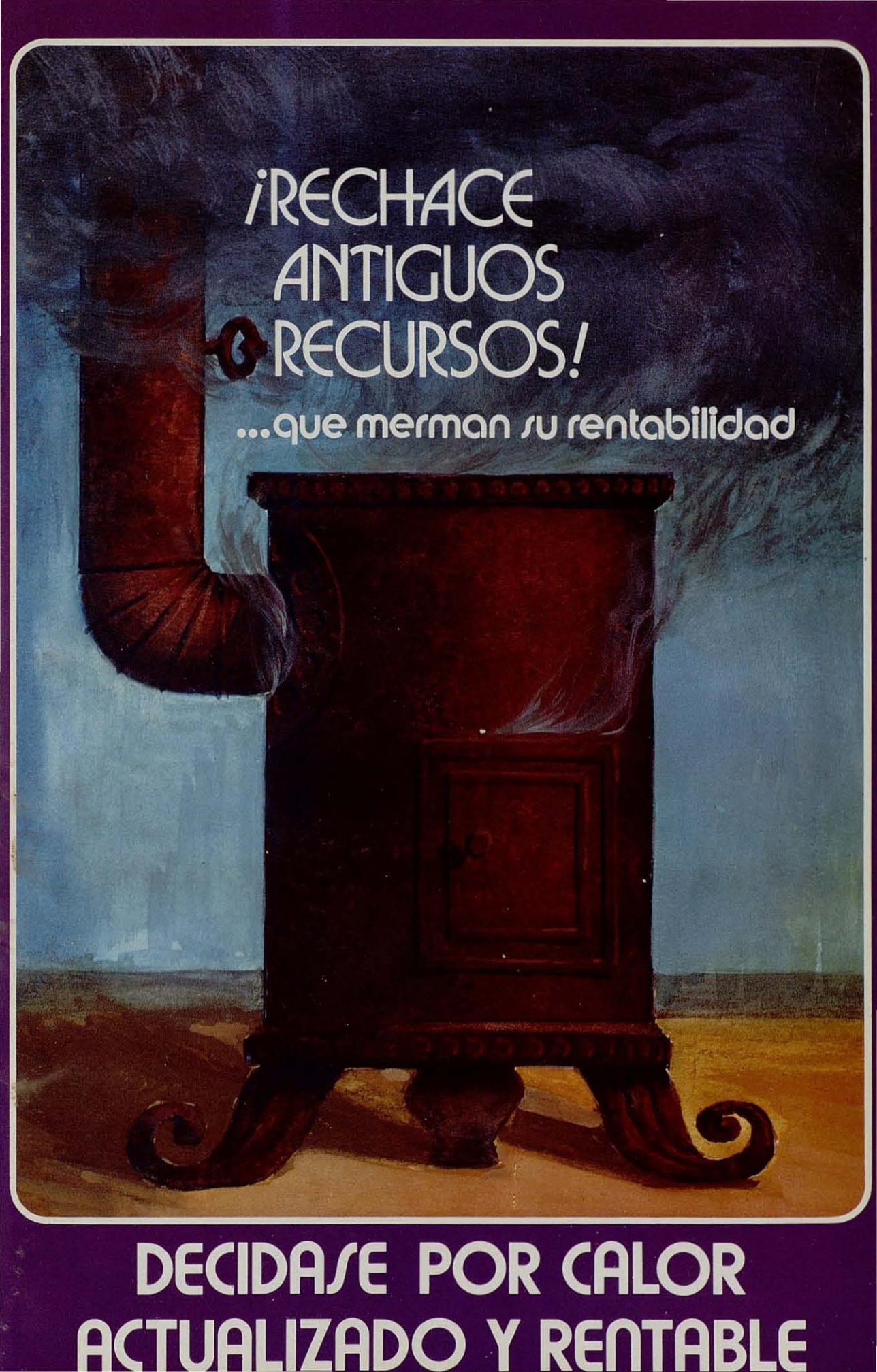
Otra posibilidad a nivel detallista es la del pollo ahumado —pollo entero—. Cuando ofrecimos al mercado los pollos ahumados en la Universidad, fueron bien acogidos y hasta se hicieron populares y, sin embargo, nadie en este país ha aprovechado la experiencia recogida. Esto no ocurre en otras partes. En Francia, por ejemplo, el pollo ahumado es muy popular y se hace buen dinero con él. En cuestión de rendimiento, puede obtenerse hasta un 100 por cien del peso crudo, lo cual no ocurre con muchos productos cocidos.

Otra idea excelente es la de los "churrascos" de carne de pollo. Nosotros probamos en el mercado "bifes" de pechuga de gallina y de carne oscura y blanca empanada —similares a las milanesas—. Se separa fácilmente la carne del hueso con un cuchillo. Empleando la piel, conjuntamente con la pasta y pan rallado, se puede conseguir un rendimiento excelente.

Gran demanda institucional

¿Y qué ocurre con el comercio institucional —restaurantes, hoteles, etc.— donde se requiere un volumen enorme de alimentos de conveniencia?. Todo el mundo quiere poner sus productos en las tiendas detallistas, pero yo creo que el comercio institucional encierra una promesa mayor. Con el alto precio de la mano de obra, este tipo de establecimientos necesita urgentemente alimentos de conveniencia. Aquí la competencia no es tan grande como en el detall y el precio es bueno si se le da al comprador lo que desea.

Todos los productos que he mencionado para el comercio detallista se ajustan también al comercio institucional. Pero la demanda mayor está en la gallina precocida, empastada y empanada. Años atrás los compradores de este sector no estaban satisfechos con gran parte de la gallina precocida que compraban. Sus clientes se quejaban de que tenía sabor a "recalentada" o,



**¡RECHACE
ANTIGUOS
RECURSOS!**

...que merman su rentabilidad

**DECIDASE POR CALOR
ACTUALIZADO Y RENTABLE**

HY-LO

CALEFACCION AUTOMATICA POR AIRE

a combustión de gases o gasóleos

ESTA ES LA CALEFACCION IDEAL PARA:

- Criaderos de pollitas en suelo o en batería • Salas de incubación
- Salas de maternidad para ganado porcino • Dependencias para lactancia de terneros, etc



POR:

- Mantener una temperatura uniforme regulable • Evitar que las aves se amontonen • Conseguir una temperatura ambiental óptima • Aumentar la renovación de aire • Evitar la humedad excesiva • Reducir riesgos de enfermedades • Ahorrar mano de obra • Economizar pienso.

CERCA DE USTED HAY QUIEN TIENE UN

HY-LO

PREGUNTE POR SUS VENTAJAS

HY-LO Ibérica S.A.

CASA CENTRAL:
Plaza de Castilla, 3, 2.º - Edificio Luminor
Tels. 318 66 16 - 318 64 62 - 317 41 45
BARCELONA-1

DELEGACION EN MADRID:
Cadornia, 4 Tel. 462 50 22

**¡Está demostrado!,
el ganado porcino
también necesita calefacción**



HY-LO

Aire caliente

aumentará su rentabilidad

HY-LO

Aumentará sus beneficios

POR: Conseguir una temperatura ambiental óptima • Aumentar la renovación de aire • Evitar la humedad excesiva • Reducir riesgos de enfermedades y gastos de medicamentos • Evitar el hacinamiento • Economizar pienso, mejorando los índices de conversión • Ahorrar mano de obra



A COMBUSTION DE GASOLEOS O GASES, ESTA ES LA CALEFACCION IDEAL PARA:

- Salas de maternidad para ganado porcino
- Salas de recría en destete precoz
- Dependencias para lactancia de terneros
- Criaderos de broilers y pollitas en suelo o batería, etc.

HY-LO

Ha sido adoptado tanto por grandes firmas integradoras como por infinidad de ganaderos independientes

¡SOLICITE NUESTRO AMPLIO CATALOGO!

HY-LO

iberica SA

CASA CENTRAL:
Plaza de Castilla, 3, 2.º Edificio Luminor
Tels. 318 66 16 - 318 64 62 - 317 41 45
BARCELONA - 1
DELEGACION EN MADRID:
Codorniz, 4 Tel. 462 50 22

simplemente, que tenía un sabor extraño. Incluso llegan a creer que el producto no ha sido elaborado debidamente y que está rancio o contaminado por bacterias, o ambas cosas simultáneamente.

He probado gallina precocida, empastada y empanada, de varias firmas elaboradoras y he descubierto que gran parte de este producto tiene en verdad sabor a "recalentado". Sin embargo, en la mayoría de los casos no hemos logrado atribuir ese sabor a rancidez o fuertes cargas bacterianas. La respuesta parece estar en la pérdida de agua, lo cual se puede evitar con fosfatos de calidad alimentaria. Cuando se cuece la gallina dos veces, se pierde más agua y eso da en la boca una sensación que se describe como sabor a "recalentado". La firma elaboradora cuece las aves o sus fracciones y luego las congela para su venta. Cuando el cocinero del restaurante recibe el género, lo cuece nuevamente, generalmente nadando en grasa, antes de servirlo. En este segundo cocimiento se pierde más agua, a menos que se usen fosfatos. Compárese la gallina con y sin fosfato y cocida o calentada por segunda vez. La diferencia es gratamente convincente. La gallina fosfatada presenta un agradable sabor fresco, mientras que la que no lo ha sido tendrá sabor a "recalentada" o "pasada".

Carne de gallina deshuesada

Y, ¿qué pasa con la carne deshuesada del lomo y del cuello?. Como industria, hemos hecho poco hasta la fecha para aprovechar este producto en comidas de conveniencia. En Estados Unidos actualmente se vende la carne de gallina deshuesada a unas 35 pesetas kilo y eso es ridículo. La industria pesquera comenzó a deshuesar el pescado residual hace sólo un par de años y ya está obteniendo el doble de nuestro precio. La carne de gallina no es un producto de segunda categoría y sin embargo lo estamos haciendo aparecer como tal. Tiene un alto contenido de proteína y es baja en grasa. ¡Debemos tener más fe en nuestro propio producto!

En los Estados Unidos, debido a la escasez de proteína de alta calidad, estamos empujando el precio hasta el punto en que hay personas que simplemente no pueden adquirir el producto en cantidad suficiente

para satisfacer sus requisitos. Se están invirtiendo miles de dólares en hacer que la soja tenga sabor a gallina y por otro lado, desdeñamos la carne de gallina deshuesada.

Se nos dice que en el futuro la proteína animal será excesivamente costosa y que tendremos que conformarnos con proteína vegetal. ¡Y, mientras tanto, teniendo la carne de ave deshuesada, no hacemos con ella otra cosa que producir salchichas vienesas!

¿Qué se puede hacer con la carne de ave deshuesada mecánicamente?. Hemos probado en el mercado con éxito varios productos, inclusive salchichas vienesas de gallina, salchichón de gallina, filetes y trozos de gallina, "poulet supreme", chorizos, salchichas, gallina picada para hornear y servir, etc. También hemos elaborado y probado diversos tipos de embutidos, salame cocido, salame fermentado, pizza de gallina y otros. En la Universidad de Cornell estamos dispuestos a compartir las formulaciones y otra información sobre cualquiera de estos productos.

Semejanza con productos de carne roja

La mayoría de los productos de conveniencia que hemos probado tuvieron éxito y se debería ensayar con ellos su promoción comercial. Los otros productos fueron creados después de haber concluido nosotros las pruebas en el mercado. La mayoría de los productos estaban muy sazonados, con lo que en realidad no hace gran diferencia qué tipo de carne se use y la mayoría de los consumidores saben que la gallina es muy nutritiva. El sabor de la salchicha de gallina es similar al de la salchicha de cerdo, a causa del condimento. Y así, en otros muchos casos, podemos reemplazar la carne de vacuno, de alto precio, por la de gallina, sin problema alguno. Probablemente no aceptamos que la carne de gallina tenga sabor a vacuno o a cerdo, pero a 35 pesetas kilo será mejor que hagamos algo con ella...

Observemos uno de estos productos con detalle: el salchichón de gallina, por ejemplo. No entendemos porqué no hay más firmas que lo produzcan. Estamos vendiendo salchichas vienesas de gallina y el salchichón, que es exactamente el mismo producto, apenas si se elabora. La única diferencia consiste en que el salchichón es embutido

en una vaina más grande, rebanado y comido frío, mientras que la salchicha vienesa se embute en una vaina más estrecha y se come caliente.

El salchichón de gallina es más apreciado

En 1963 y casi al mismo tiempo, probamos en el mercado consumidor las salchichas vienesas y el salchichón, ambos de gallina. Y descubrimos que el salchichón era más apreciado que las salchichas. Muchos consumidores nos dijeron que el salchichón de gallina tenía excelente sabor y textura y lo preferían al salchichón elaborado con carnes rojas. Todos sabemos qué es lo que entra en la fabricación de las salchichas vienesas y el salchichón de carne roja. Muchas personas se vieron decepcionadas cuando retiramos del mercado el salchichón

de gallina. Es lamentable que no haya una mayor cantidad de este producto a disposición del consumidor.

Hay consumidores que se quejan de la textura de las salchichas vienesas de gallina que hay actualmente en venta. También ocurrió lo mismo en 1963 cuando hicimos la prueba. La carne de gallina y especialmente el cuello tiene una proporción relativamente elevada de colágeno —proteína— y, si el cliente cuece demasiado el producto o emplea una temperatura demasiado alta, el producto se hace esponjoso. Esto no ocurre con el salchichón porque generalmente el consumidor no lo calienta.

Hasta ahora no hemos rascado siquiera la superficie en el campo de la elaboración de la carne de ave. Llegará el día en que consumiremos más de ésta que de rojas. Tenemos mucho que andar todavía.

¿ESTAMOS PREPARADOS PARA ELABORAR PRODUCTOS DE AVES?

(Industria Avícola: 25, 10, 32-33. 1978)

Si Vd. trabaja hoy en la elaboración de productos alimenticios basados en la carne de aves, sabe lo que cuesta entrar en esta fase del proceso adicional de la comercialización. Ha pagado ya su aprendizaje. Pero si no se ha iniciado en esta faceta y está pensando en hacerlo, deténgase a pensar en algunos puntos que conviene que examine.

Para iniciarse con productos tales como salchichas de pavo, salchichas de gallina, salchichón o chorizos, necesitará una picadora, un emulsionador, una bomba de llenado, una sala de ahumado, un generador de humo, un refrigerador con salmuera y peladoras.

Sóloamente el coste del equipo podría ascender a unos 19 millones de pesetas. Según M. Pauly, del Instituto de Ciencia Alimentaria de Unión Carbide, Chicago, Estados Unidos, tal equipo costaba hace tres años unos 13 millones de pesetas. Al mate-

rial citado sigue el equipo de empaquetado, la mano de obra, los gastos de administración y, lo más importante, el edificio y su terreno.

Supongamos que tiene ya Vd. todo el equipo. ¿Desea Vd. producir artículos ahumados, cocidos, asados...?, ¿empaquetará Vd. sus productos a granel o en unidades? ¿cómo los envasará y promocionará?, ¿venderá al detallista o al sector institucional —hoteles, restaurantes, colegios, etc.?.

“Aún teniendo todo esto —dice Pauly— lo más importante que Vd. necesita es gente con experiencia en productos embutidos, sean de carne roja o de ave. Necesita Vd. una persona responsable que pueda prevenir los problemas y encontrar soluciones”.

Lo más importante es que esa persona sea capaz de motivar al consumidor. Desgraciadamente, no hay muchas personas en la industria con esas cualidades, según cree



Una necesidad que tenía la avicultura la hemos resuelto

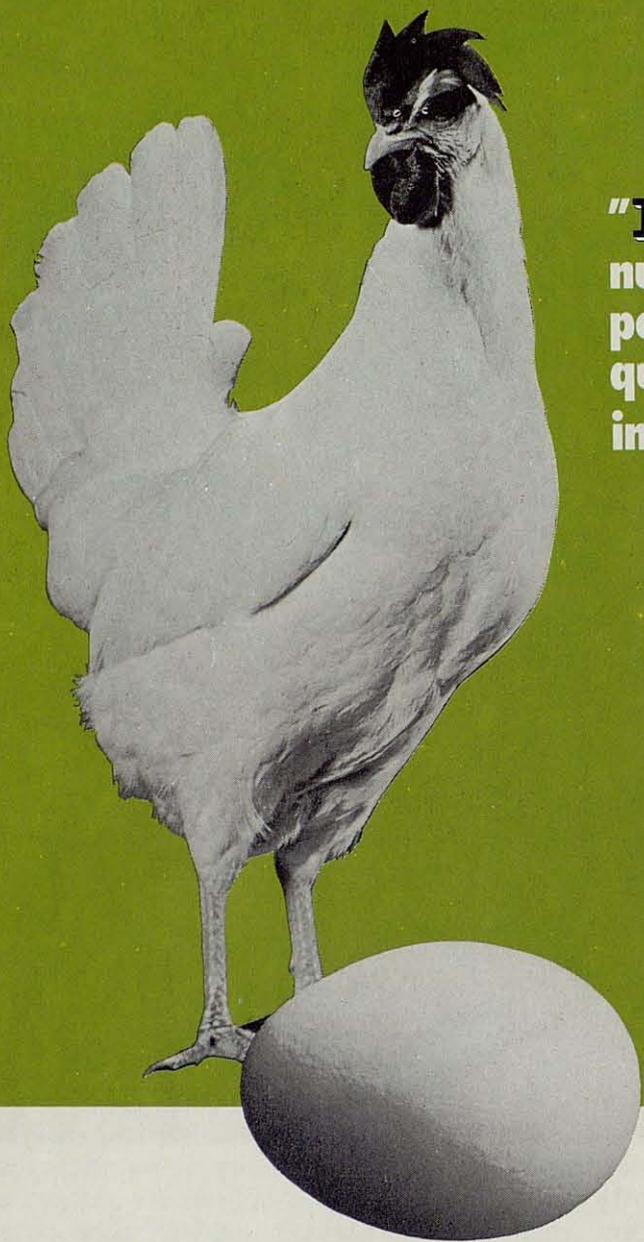
Bebederos cazoleta Montaña

MATERIAL AVICOLA MONTAÑA

Dr. Codina Castellví, 4

Teléfono 31 11 72

REUS (España)



**"LSL -
nuestra Blanca
pone huevos
que son
insuperables en...**



**L Lohmann
Cuxhaven**

...su resistencia de cáscara."

Los huevos fisurados son solo parcialmente aptos para el comercio y dan en todo caso menos ganancia. Con LSL aquí tampoco no hay problemas, porque la ponedora blanca de Lohmann, hace años está superando a todas las estirpes blancas con una resistencia de cáscara que sobrepasa 3,5 kg. El avicultor también podrá confiar en la calidad de la cáscara durante un período de puesta prolongado.

LSL - el factor de seguridad en la producción de huevos.

Lohmann Tierzucht GmbH · Am Seedeich 9 · D-2190 Cuxhaven · Alemania
Tel. 04721/3 70 41 · Telex 232 170

Pauly. Cree que en realidad no hay ningún secreto en este negocio, aunque reconoce que algunos elaboradores pueden pensar que su ventaja estriba en la exclusividad de sus métodos o fórmulas. Pero deténgase Vd. a reflexionar; todos tenemos el mismo equipo, la misma carne, los mismos procedimientos de rotulación y, si una persona es despabilada, todo cuanto debe hacer es mirar la etiqueta y no pasará largo tiempo sin que averigüe cómo imitar ese producto.

“Pero eso no es lo que queremos hacer —continúa Pauly— y aquí es donde entra en juego el personal. Yo no deseo copiar el producto de nadie, se dirá Vd., quiero formular mi propio producto y quiero que sea excelente. Quiero que mi gerente, supervisores y encargados piensen continuamente. Quiero que sean agresivos, innovadores, conscientes, en una palabra. Hable Vd. con ellos, permítales expresarse y escuche con atención sus opiniones, de forma que se hallen tan involucrados en el producto que ello les enorgullezca”.

Una vez resuelto el problema del personal, debe pensar en el producto final. ¿Qué aspecto tiene, qué nombre le dará?. Recuerde que, una vez obtenido el producto final, alguien tiene que venderlo, otro revenderlo e incluso un tercero venderlo nuevamente. Naturalmente puede Vd. decirle a todo el mundo que tiene un producto excelente. Le preguntarán dónde está y Vd. contestará que tiene 50.000 kilos en sus congeladores. Muy bien, pues esto no le sirve a Vd. para nada.

Ahora bien, supongamos que todo marcha bien en la elaboración y que el control de calidad le da el beneplácito. Produce Vd. un artículo de alta calidad y así es como lo ha de vender.

Pauly aconseja que sea Vd. sincero consigo mismo. Otro fabricante vende su producto 10 pesetas más barato. ¿Qué hará Vd.?. Pues no le queda otro recurso que competir con él y hacer su producto algo más barato que el de aquél.

Pauly recuerda que cuando se inició en la elaboración de productos de carne de aves se descorazonó mucho. Trabajaba en un laboratorio. “Producíamos 25 kilos cada vez. No teníamos problemas y elaborábamos un producto bueno —de alta calidad y sin importarnos su coste. Pues sale Vd. a la calle y un presunto fabricante le dice que lo hará, pero que tiene que venderlo 12 pesetas más caro que otro fabricante de un producto similar. Naturalmente, le indiqué que nadie pagaría 12 pesetas más por él”.

Pauly indica que el Instituto de Ciencia Alimentaria de Unión Carbide puede darle a Vd. la mejor fórmula del mundo. “Eso es todo cuanto hacemos, pero no pasará mucho tiempo sin que comprenda Vd. la necesidad de luchar contra la competencia en cuanto a precio”. Señala un ejemplo: la empanadilla de pavo. “En un tiempo se consideraba como uno de los productos “líder” del mercado. En la actualidad es un producto común y la industria lo produce sólo para deshacerse de la carne sobrante. Esta especialidad rinde muy pocos beneficios”.

NECESIDADES DEL POLLITO FELIZ

(*Feedstuffs*, 50: 47, 19. 1978)

¿Cuáles son los detalles que pueden hacer que un pollito se sienta “feliz” en el lugar donde se cría?.

Según el Sr. R.E. Good, de la firma de integración Gold Kist, Inc., de Estados Unidos, para que un pollito recién nacido se pueda considerar “feliz” hace falta instalarlo en un gallinero bien ventilado pero sin corrientes de aire, dotado de una temperatura correcta y disponiendo de todo el equipo más adecuado de comederos y bebederos.

Concretando algo más, la potencia a instalar en un gallinero de 10.000 broilers, debería ser de 108.000 Kcal. a base de criadoras de gas, la ventilación de 42.500 m³/hora y el equipo inicial debería comprender 100 bandejas para el pienso, 100 mini-bebederos y 100 m. de bebederos largos si se van a utilizar éstos luego.

Según Good, “un pollito recién nacido es el equivalente a un niño prematuro y como a tal habría que cuidarle, con el máximo cariño”.