



Aves y huevos, las proteínas animales que más crecen

◆ José Luis Murcia
Periodista

Resumen: Las carnes de pollo y otras aves, así como los huevos, mantienen una sostenida evolución al alza en la producción y el consumo durante los últimos años, dentro de una tendencia, tanto en España como en el resto del mundo, que se explica por la combinación de una oferta abundante, a precios asequibles y una gran versatilidad gastronómica.

El consumo doméstico se ve reforzado, asimismo, por la demanda en hostelería y restauración, favorecida a su vez por las cadenas internacionales de restauración que tienen a las preparaciones de pollo como elemento central de su oferta.

Palabras clave: Aves, pollo, huevos, pavo, pato, consumo, producción, comercio exterior, gastronomía, tendencias.

Según los datos de la Comisión Europea, en 2023 se produjeron un total de 13,10 millones de toneladas de carne de aves en la Unión Europea (UE), un 3% más que en 2022. De la producción total, un 84,4% correspondió a la carne de pollo; el 12,5% a la de pavo; el 2,8% a la de pato y el 0,3% al resto de carnes como oca, codorniz, perdiz o paloma.

Sólo seis países se reparten el 73% de toda la producción de carne de ave de la UE. En este sentido, Polonia fue un año más el país con mayor producción de carne de aves en su conjunto (21%), seguido de España (13%), Alemania (12%), Francia (11%), Italia (10%) y Países Bajos (6%).

De la producción total de carne de aves de la UE, 10,90 millones de toneladas fueron carne de pollo, un 2,8% más que en 2022. El país con mayor producción de pollo fue Polonia, seguido de España, Francia e Italia. De acuerdo con los datos de la Comisión, el consumo comunitario de carne de ave se fijó en algo más de 12,5 millones de toneladas en 2023, con un crecimiento moderado respecto al año precedente. Con estos datos, el nivel de autoabastecimiento fue del 108%.

Las exportaciones de carne de aves de la UE no superaron en 2023 los 2 millones de toneladas del año anterior (quedaron en 1,95 millones). Los principales destinos de estas exportaciones fueron países como Reino Unido, Ghana y Congo.

En cuanto a las importaciones, en 2023 aumentaron hasta las 895.000 toneladas (40.000 toneladas más que un año antes). Los países que más carne de aves suministraron a la UE fueron Brasil, Ucrania y Tailandia.

Respecto a la producción mundial de carne de aves, en 2023 se superaron los 129 millones de toneladas, lo que supuso un retroceso del 7% respecto a la cifra del año anterior. El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2023 hasta 103,50 millones de tonela-

das, de acuerdo con la estimación de la oficina de Agricultura del gobierno de Estados Unidos (USDA).

El país que más carne de pollo produjo en 2023 fue Estados Unidos (21 millones de toneladas, frente a los 20,90 millones del año anterior). Le siguió Brasil, con 14,90 millones de toneladas y después China, con 14,80 millones de toneladas. Estos dos últimos países redujeron su producción con respecto al año anterior. Tras estos países se sitúa en la producción de carne de aves la Unión Europea y a muy larga distancia, Rusia, India, México, Tailandia, Argentina y Turquía.

El USDA estimó también que el consumo mundial de carne de pollo en 2023 fue de 101,20 millones de toneladas, un volumen muy superior al del año anterior. En este caso, el país con un mayor consumo fue Estados Unidos (17,80 millones de toneladas). Otros países que consumen mucha carne de pollo son Brasil y China.

Con relación al comercio, a nivel mundial se importaron 11,30 millones de toneladas y se exportaron 13,50 millones de toneladas. Los países que más carne de aves exportan son Brasil, Estados Unidos, la Unión Europea, Tailandia, China y Turquía. Por su parte, los países que más importaron en 2023 fueron China, Japón y el Reino Unido.

CARNE DE PAVO

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las carnes de aves es la de pavo. Desde 2007, el número de granjas dedicadas a la producción de pavos en España no ha dejado de crecer, para satisfacer la creciente demanda de carne. En 2023 había 1.921 granjas dedicadas a la producción de carne de pavo. El número de granjas, superior al que había un año antes, representaba más del 8,4% del total de las granjas de aves.

Por su lado, el censo de pavos superaba los 14 millones de animales, más del doble de los que había una

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las carnes de aves es la de pavo. Desde 2007, el número de granjas dedicadas a la producción de pavos en España no ha dejado de crecer, para satisfacer la creciente demanda de carne. En 2023 había 1.921 granjas dedicadas a la producción de carne de pavo

década antes. Andalucía es la región con más pavos censados (32% de la cabaña), seguida de Cataluña (24%) y Galicia (23%).

En 2023, la producción nacional de carne de pavo se elevó por encima de las 248.000 toneladas, unas 16.000 toneladas más que en el año anterior, según los datos que publica la Comisión Europea. Como era de esperar, las regiones con mayor producción de carne fueron Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana.

La balanza comercial en el sector de la carne de pavo es positiva, ya que siempre se exporta más de lo que se importa. En torno a 2014 empezó a incrementarse la exportación de carne de pavo, en consonancia con una mayor demanda, pero años después las ventas estaban muy estabilizadas. Tras incrementarse en 2022, en 2023 las exportaciones de carne de pavo se desplomaron, al igual que las importaciones. De acuerdo con los datos de Comercio, se exportaron 47.519 toneladas entre carnes y despojos, al tiempo que se importaron 29.040 toneladas.

En la UE, la cría de pavos tiene una mayor importancia económica y social que en España. Según datos de la Comisión Europea, casi un 13% de la producción comunitaria de carne de aves en 2023 era pavo. En total, la producción comunitaria de carne de pavo superó ese año los 1,66 millones de toneladas, un volumen similar al del año anterior.

El país con mayor producción de carne de pavo es Alemania (419.000 toneladas en 2023), seguido de Polonia (367.000 toneladas), España, Italia y Francia.

A nivel mundial la producción de carne de pavo rondó en 2023 los 5,1 millones de toneladas (un 1% más que un año antes) y el país que más produjo fue Estados Unidos, con cerca de 3 millones de toneladas. En ese país, el consumo de carne de pavo está muy ligado a la principal celebración familiar. Por detrás de Estados Unidos se situaron como principales productores la UE, Brasil y Canadá.

CARNE DE PATO Y DE OTRAS AVES

Además del pollo y el pavo, en España hay también pequeñas producciones avícolas, que tienen su nicho de mercado. En concreto, existen numerosas explotaciones, distribuidas por toda la geografía nacional, dedicadas a la cría de patos, perdices, codornices, palomas, pintadas, etc.

A nivel nacional, el mayor número de granjas por detrás de las de pollos, correspondió a la perdiz, que se



cría especialmente para ser destinada a los cotos de caza. Además de las granjas de perdices, y aunque es muy reducida su presencia, existen también explotaciones de cría de avestruces dedicadas tanto a la producción de huevos como de carne. La producción anual de carne de avestruz no llega a 1.000 toneladas y los elevados precios de mercado de este producto imposibilitan su expansión.

En la UE, además del pollo y el pavo destaca la producción de pato, que aporta cerca del 3% del total de la carne de aves a nivel comunitario. En 2023 se produjeron en la UE un total de 335.000 toneladas de este tipo de carne, 37.000 más que en el año anterior, según los datos publicados por la Comisión Europea. Francia produjo 137.000 toneladas (19.000 más que un año antes), Polonia llegó a 68.000 toneladas y Hungría a 64.000 toneladas, según los datos de la Comisión Europea. España produjo unas 5.000 toneladas de carne de pato, unas 2.000 toneladas más que en 2022.

A nivel mundial, la producción de carne de pato supera anualmente desde hace años los 6 millones de toneladas. En 2023, la producción se acercó a los 6,1 millones de toneladas.

HUEVOS

La avicultura de puesta española es una de las más modernas y dinámicas de la Unión Europea. España ocupa el tercer puesto dentro de la Unión Europea en el ranking de países productores de huevos, por detrás Alemania y Francia.

La producción nacional de huevos representó en 2023 el 8,2% de la Producción Final Ganadera y el 3,5% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

La producción de huevos disminuyó en cantidad un 2%, mientras que los precios subieron un 28,3%. Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 2.278 millones de euros expresados en valores corrientes, un 30,9% más que un año antes.

El censo de gallinas ponedoras en 2023 ascendía a casi 47,7 millones, algo más bajo que un año antes, según datos de la Comisión Europea. Si a esta cifra sumamos las gallinas dedicadas a la producción de huevos para autoconsumo, el censo quedaría en 50,52 millones de cabezas, de acuerdo con las estimaciones publicadas por el Ministerio de Agricultura. Asimismo, si al censo de gallinas se le suman los censos de otras aves dedicadas a la producción de huevos (ocas, pavas y patas), el censo total en 2023 era de 50.535.570 animales.

La comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras es Castilla-La Mancha, con el 24,5% del total. Le siguieron Castilla y León (16,9%), Aragón (15,9%), Comunidad Valenciana (9%) y Cataluña (8%).

La producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) ascendió en 2023 a 1.164 millones de docenas. Castilla-La Mancha encabezó la producción de huevos, con el 22,9% del total, seguida de Aragón con el 17,4% y de Castilla y León (17%). Otras regiones con gran producción de huevos son la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

Según datos del Departamento de Aduanas, las exportaciones totales de huevos descendieron un 10% hasta situarse en 126.528 toneladas, mientras que las importaciones de todos estos productos mermaron un 1% con relación al año anterior, al comprarse mercancía por valor de 41.551 toneladas. De las exportaciones totales, aproximadamente el 81,6% fueron a los países de la Unión Europea, mientras que los países de la UE aportaron el 98,7% de las compras españolas.

Fuera de la Unión Europea, los países que más huevos compraron a España fueron Reino Unido, Israel, México, Mauritania, Arabia Saudí y Guinea Ecuatorial. En cuanto a los países comunitarios, los que más compraron en volumen fueron Francia, Portugal e Italia.

En la UE, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2023 se elevó hasta los 6,78 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea. Por países, los tres que lideran el ranking de producción son Francia (14,4% del total), Alemania (14,1%), España (13,5%) e Italia (11,8%). En estos porcentajes están incluidos tanto los huevos para consumo, como los destinados a incubar, según los datos de la Comisión Europea

Aunque en la alimentación humana se utilizan huevos de diferentes especies, los más consumidos son los de gallina y, en mucha menor medida, los de codorniz. Dentro del sector de los huevos de ave para consumo humano también habría que incluir una pequeñísima producción de huevos de avestruz, así como también las producciones de huevos de pata, pava u oca. En total, se estima que en España la producción anual de huevos de estas aves asciende a unas 35.000 docenas. En 2023 se produjeron, según los datos del Ministerio de Agricultura, 17.620 docenas de huevos de pata y 16.540 docenas de huevos de oca, entre otras producciones. Andalucía y Cantabria dominan la producción de huevos de oca, mientras que en huevos de pata destacan Castilla-La Mancha y Cantabria.

La producción de huevos en la Unión Europea supuso en 2023 cerca del 3% de la Producción Final Agraria y el 7,5% de la Producción Final Ganadera. El valor generado por esta producción en 2023 se elevó a 16.113 millones de euros, debido a la subida de los precios medios.

En la UE, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2023 se elevó hasta los 6,78 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea. Por países,

los tres que lideran el ranking de producción son Francia (14,4% del total), Alemania (14,1%), España (13,5%) e Italia (11,8%). En estos porcentajes están incluidos tanto los huevos para consumo, como los destinados a incubar, según los datos de la Comisión Europea.

Asimismo, el censo de gallinas ponedoras de la UE rondaba en 2023 los 387,50 millones de aves, 8 millones más que en el año anterior. Francia fue en 2023 el país con mayor censo de gallinas (más de 58,40 millones de animales), seguido de Alemania (58,10 millones), Polonia (50,60 millones) y de España.

Del censo total de la UE, un 39,2% eran gallinas en jaulas, un porcentaje muy inferior al de 2022, pues este tipo de crianza va disminuyendo gradualmente de año en año. El resto de las gallinas (54%) eran gallinas criadas con métodos alternativos y un 6,8% de ese porcentaje eran gallinas ecológicas.

La balanza comercial comunitaria en el sector del huevo tiene saldo positivo porque las exportaciones son mucho mayores que las importaciones. En concreto, las compras comunitarias en 2023 quedaron en 90.000 toneladas (equivalente huevo-cáscara), un 76% más que en el año anterior. Principalmente, las importaciones de huevos de la UE procedieron de Reino Unido y Ucrania.

Por su lado, desde la UE se exportaron 315.000 toneladas equivalente huevo-cáscara (sin incluir tampoco huevos para incubar), lo que supuso un descenso del 8% respecto al año precedente, que también registró un descenso de las ventas exteriores. Los principales destinos de las ventas europeas de huevos fueron Reino Unido, Japón y Suiza.

Finalmente, la producción mundial de huevos creció ligeramente en 2023, superando los 87,2 millones de toneladas. El país con mayor producción de huevos fue China, con prácticamente el 50% del total. También destacaron por su producción la Unión Europea en su conjunto y Estados Unidos.

PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO DEL SECTOR AVÍCOLA

Un estudio de Rabobank asegura que las perspectivas para el mercado avícola mundial son moderadamente positivas, con un crecimiento previsto para 2024 que oscilará entre el 1,5% y el 2%, con una ligera caída con respecto al promedio a largo plazo, establecido en el 2,5%, pero con señales de recuperación frente al 1,1% del pasado año 2023. Curiosamente, el retroceso de los mercados de carne de cerdo y vacuno, según Rabobank, repercutirá de forma positiva en la carne de

ave y huevos como las proteínas de más rápido crecimiento en un mercado mundial de proteínas animales que solo prevé crecer un 0,4% en el conjunto de esta campaña.

Rabobank augura un mayor crecimiento del consumo en el Sudeste asiático, Oriente Medio y América Latina por el precio más asequible del pollo frente a otras proteínas animales. Otros países como Estados Unidos, Tailandia, Indonesia, China y la Unión Europea tendrán un crecimiento más lento de la demanda por el exceso de oferta en momentos puntuales.

Aún existe el temor del incremento del coste de insumos, en este momento bastante controlado, como consecuencia de problemas geopolíticos como la guerra de Ucrania, el conflicto de Oriente Medio y los desastres climáticos, factores que pueden afectar sobremanera a los precios de petróleo y gas, además de los propios de la alimentación animal. Otro importante desafío es la gripe aviar y su posible expansión, aunque parece que las ventas de pollo crudo y huevos no peligran en exceso.

El mercado norteamericano prevé una desaceleración de la producción como consecuencia de caída de la demanda en China, Cuba o Angola; Brasil, por el contrario, afronta una demanda más potente y las exportaciones están alcanzando niveles de récord, aunque la influencia de El Niño genera cierta preocupación sobre los precios de los alimentos más populares.

Para Europa prevé desajustes en el mercado provocados por la oferta de pechuga de pollo procedente de Ucrania, con una dependencia del 50% del total, que ahora se pone en entredicho, mientras en Tailandia los precios han caído como consecuencia de la debilidad del mercado interno, mientras las exportaciones alcanzan niveles de récord.

China, pese a su paulatina recuperación, continúa con una demanda muy débil y las exportaciones podrían aumentar de forma modesta. Japón, por su parte, cuenta también con un mercado desacelerado y la demanda de carne de ave cae entre los consumidores, con mejores perspectivas para el pollo crudo que para el procesado. Hay señales de mejora importantes en México, India, Vietnam y Sudáfrica, además de Brasil, con recuperación de precios y de la demanda.

HUEVOS Y POLLOS EN ESPAÑA

Los hogares españoles gastaron 1.300 millones de euros en huevos en 2023. Por segundo año consecutivo, el consumo doméstico de huevos resiste a la caída del consumo alimentario (-1,5%), con un crecimiento del

Llueva, truene o nieve

Dormirás tranquilamente



En Mercabarna hay **200 empresas mayoristas** dedicadas al sector de frutas y hortalizas expertas en la diversificación de orígenes, con soluciones logísticas ágiles, adaptables a cualquier necesidad. Así, pase lo que pase en todo el mundo, nada te quitará el sueño.

El hub alimentario del Mediterráneo-Barcelona®

AGEM
ASSOCIACIÓ GREMAL D'EMPRESARIS MAJORISTES DE FRUTES I HORTALISSES



mercabarna

7,7% en volumen y del 17% en valor, muy por encima de las principales categorías de alimentos

Cada día se consumen 17,6 millones de huevos en los hogares españoles. En 2023, los españoles invertimos una media de 28€ por persona en la compra de dicho alimento, lo que supone el 1,62% de su presupuesto asignado para la adquisición de alimentación y bebidas del hogar.

El desayuno es el momento de consumo con mayor crecimiento en el último año, mientras fuera de casa, los desayunos con huevo aumentan un 17%, la cota más alta en los últimos 4 años. De hecho, tres de los 15 platos más consumidos en casa en 2023 llevaban huevo: tortilla de patata (3,6%), tortilla francesa (2,8%) y huevos fritos o estrellados (2,6%)

El huevo sigue ganando presencia en la cesta de la compra en España y crece en penetración, llegando una de sus mayores cotas en 2023, el 96,7%, es decir, 361.000 hogares más que en 2022.

“El huevo está de moda. En 2023 ha crecido en valor, volumen, penetración y frecuencia de compra en nuestros hogares. Es un alimento fresco asequible, fácil de comer y de preparar, y su consumo se asocia a momentos de placer y disfrute, por lo que gana cada vez más protagonismo en la mesa de los consumidores españoles. Por eso se ha convertido en la proteína de referencia en la cesta de la compra de los españoles”, afirma Enrique Díaz Yubero, director de INPROVO.

En España, el sector de la carne de aves representó en 2023 el 4,9% de la Producción Final de la rama agraria y el 11,7% de la Producción Final de la rama ganadera. La cantidad de carne producida en 2023 aumentó (5,2%), al tiempo que los precios subieron un 1,2%. El

valor generado por el sector avícola de carne se incrementó un 6,5% y se situó en 3.226 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se elevó a 1,7 millones de toneladas, un 5% más que en 2022. El grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de pollos con 1,4 millones de toneladas y a mucha distancia quedó la carne de pavo.

En España había en 2023 un total de 22.624 explotaciones avícolas, de las que 7.461 eran granjas de pollos. El resto de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas y ocas, entre otras aves. Las granjas de pollos (carne y puesta) han pasado de representar el 74% de todas las explotaciones avícolas en 2007, a sólo el 32,8% en 2023.

El mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encuentran en Cataluña, Castilla y León, Andalucía, Aragón Galicia y Comunidad Valenciana. Con respecto al comercio exterior, en 2023 se importaron 245.048 toneladas en total de todos los productos del sector avícola de carne.

La exportación alcanzó las 250.450 toneladas de estos productos, un 3,3% más que un año antes. La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea (176.704 toneladas exportadas y 211.527 toneladas importadas). Fuera de la UE, los principales destinos de las exportaciones fueron Sudáfrica, Reino Unido y Benín, mientras que dentro de la UE destacaron como países receptores Francia, Alemania y Polonia.

OVOPRODUCTOS

Los ovoproductos no son sucedáneos del huevo, sino derivados que se obtienen tras procesar los huevos, para eliminar cualquier riesgo sanitario, alargar la vida útil y/o facilitar el manejo del huevo en industrias alimentarias, restauración y usos profesionales. Muchas veces los ovoproductos sustituyen al huevo porque son más cómodos de almacenar y manejar.

Pueden ser de huevo entero (clara y yema) o sólo de una parte del huevo (clara o yema). Con ellos se evita tener que manipular las cáscaras y se adapta mejor su composición y características funcionales a las necesidades de los consumidores, según la Asociación Española de Industrias de Ovoproductos (INOVO). INOVO es miembro de INPROVO, punto de encuentro de las asociaciones que operan en el sector del huevo.



Los ovoproductos no son sucedáneos del huevo, sino derivados que se obtienen tras procesar los huevos, para eliminar cualquier riesgo sanitario, alargar la vida útil y/o facilitar el manejo del huevo en industrias alimentarias, restauración y usos profesionales. Muchas veces los ovoproductos sustituyen al huevo porque son más cómodos de almacenar y manejar

La materia prima para fabricación de ovoproductos son huevos de categoría A o B, en perfectas condiciones. Los procesos básicos para la elaboración de ovoproductos suelen pasar por la obtención de huevo líquido, que luego se pasteuriza (bien entero, o por separado clara o yema), y se puede desecar después para hacer huevo en polvo. Otro procesado habitual es la inmersión del huevo entero en agua caliente para obtener huevo cocido, que se vende pelado o sin pelar.

Los ovoproductos son muy usados por las industrias alimentarias y en restauración. Se presentan en distintas formas de elaboración y conservación: huevos cocidos, revueltos o en tortilla, líquidos o en polvo (huevo entero, clara o yema), refrigerados, congelados o a temperatura ambiente, entre otros.

Además, también se emplean como ingredientes en platos con huevo, o para preparar otros alimentos como la mayonesa, masas o helados. De la producción total de huevos, en torno a un 20% acaba siendo transformado en ovoproductos. La mayor parte de los operadores de este sector son filiales de compañías multinacionales y algunos de los grandes grupos españoles productores de huevos.

El sector de ovoproductos alcanza una producción conjunta que se acerca a las 130.000 toneladas, a las que hay que añadir otras 10.000 toneladas de huevos cocidos, en polvo y otros.

LOS HUEVOS SON TENDENCIA

En la publicación www.allrecipes.com se asegura que los huevos rellenos son clara tendencia en internet. Huevos duros rellenos de aguacate, de queso cheddar, tocino y jalapeño son algunos de los modelos que se imponen gracias, entre otros, a la *influencer* Alice Choi, famosa por sus recetas en Tik Tok donde utiliza, además de ingredientes diversos, mayonesa Kwepie y mostaza amarilla tradicional. Alcachofas marinadas, arenques, carne de cerdo a la barbacoa con cebolleta roja son algunos de los productos utilizados.

Un reportaje de Marita Alonso en www.traveler.es asegura que los huevos pueden ser asunto de sibaritas y recalca que los huevos escalfados son un producto gourmet y también la tortilla de patatas a la brasa de Cakareo que, según sus palabras, "arrasa". A juicio de la periodista y de las personas entrevistadas, los huevos de pequeñas granjas caseras, con aves alimentadas con grano y sin pienso, son un auténtico manjar.

Araceli Conty, técnica especialista en hostelería y diplomada en Alimentación y Nutrición, además de Máster de Periodismo Gastronómico por la Universidad Complutense, asegura en un estudio para el Instituto de Estudios del Huevo que la versatilidad de este producto lo hace apto para platos emblemáticos en toda España.

En Andalucía presenta el salmorejo, el zarangollo en Murcia, los fartons valencianos, el cojondongo extremeño, el pisto con huevo en Castilla-La Mancha, los huevos con farinato de Castilla y León, los huevos estrellados con jamón de Madrid, el empedrat catalán, los suspiros de Teruel en Aragón, los pimientos del piquillo rellenos de atún y huevo en Navarra, la pantxineta vasca, los huevos a la riojana, el pastel de cabracho en Cantabria, la tierrina asturiana, la tortilla de Betanzos en Galicia, el caldo verde de huevo canario o la ensaimada mallorquina.

POLLOS Y HUEVOS, ESTRELLAS DE LA COCINA ASIÁTICA

Los platos más populares de Asia cuentan entre sus ingredientes principales con pollos, huevos o ambos, además de otras aves como el pato, que forma parte inseparable de la tradición culinaria de este continente. Es lo que encontramos en sitios como www.fhafnb.com o www.san-j.com.

Sin duda, el pato pekinés es uno de esos platos que no faltan en las mejores mesas chinas y en los restaurantes de esta inspiración presentes a lo largo y ancho del globo. Icono venerado desde la época imperial, se

prepara con un método ancestral en el que el ave se condimenta, se seca al aire, tras inflarlo entre la carne y la piel, se asa hasta que su piel queda crujiente y se sirve junto a finos panqueques con salsa hoisin y cebolleta cortada.

Biryani es un plato de origen indio, muy popular en este país, preparado con arroz basmati, especias aromáticas y verduras o carne de pollo, elaborado con una cocina armoniosa y creativa donde el tiempo, muy dilatado, es importante a la hora de conseguir la mejor calidad y una presentación vibrante y colorida.

Desde Vietnam llega el popular Pho, un plato que hunde sus raíces en lo más profundo de las entrañas culturales de este país y que se elabora como una sopa con fideos de arroz y carne de pollo, además de los huesos del ave, hierbas y especias en un plato que se sirve en los puestos callejeros de Hanoi y que es considerado el símbolo de la gastronomía vietnamita por excelencia.

Identificado como plato nacional en Malasia e Indonesia, el Nasi Goreng se elabora con arroz, salsa dulce de soja, chalotas y ajo acompañadas de carne de pollo. Y se presenta, además, con huevos fritos, tanto en esta variante como en la que sustituye la carne de ave por gambas.

Singapur se enorgullece de su Hainanese Chicken Rice, un tesoro culinario nacional que se define como una historia de aromas donde el pollo es el principal protagonista, tras ser pochado, junto al arroz y salsas de chile y jengibre que hace las delicias de jóvenes y mayores.

De Indonesia llega el Satay, un plato que puede ser vegetal o con carne, generalmente de pollo, marinados a los que se añaden una enorme mezcla de hierbas y especias, además de salsa de cacahuete, y que forma parte también de la oferta callejera y de la tradición culinaria más arraigada en el país.

Procedente de Japón, y con reminiscencias chinas, el Ramen se ha hecho tremendamente popular en Occidente. Se trata de una sopa basada en los fideos de arroz, en los que juegan un papel importante las carcasas de pollo, la panceta de cerdo, los huevos cocidos, la salsa de soja y el vinagre de arroz, además de la cocción con las partes verdes de los puerros.

Kung Pao Chicken es un plato de origen chino perfectamente adaptado a la moderna vida americana donde la gente disfruta de esa fuente de proteínas que salen de los huesos, las pieles, el pollo frito, las verduras y los frutos secos que la acompañan junto a los chiles secos, la salsa de sirope y la de pimienta. Puede acompañarse de judías y espárragos, entre otras verduras.

EL “LABORATORIO” CHINO Y OTRAS TENDENCIAS MUNDIALES

Aunque las pechugas de pollo son consideradas oficialmente en China como un producto de primera calidad, muchos ciudadanos, incluso profesionales del periodismo gastronómico en este país, optan por el pollo con huesos o partes tan secundarias en Europa como las patas de pollo asadas, que causan furor en Jiangxi, o bocadillos de cuello de pato procesado, muy populares en la provincia de Hubei, mientras en Sichuán creen que, además de por su excelente sabor, las patas de pollo traen suerte, ya que dicen que “cuantas más patas, más dinero se gana”.

El origen del pollo en pepitoria tiene muchos siglos y viene probablemente de la cultura árabe donde los huevos y el azafrán eran, y aún siguen siendo, muy populares. Existe una mención al plato en el recetario de Diego Granado en 1599 denominado Libro del Arte de Cocina donde habla del uso en su elaboración de cuellos, cabezas, alas, patas, mollejas e higadillos de pollo o gallina sofritos con tajadas de tocino, caldo de olla y especias

El afán por lograr consumir pollos lo más frescos posibles lleva a los cantoneses a elegir ejemplares recién sacrificados y tanto los restaurantes como los comedores de las empresas sacrifican sus aves en las propias instalaciones, aunque las generaciones más jóvenes prefieren ir al supermercado por falta de tiempo. Por otra parte, los residentes en la provincia de Guangdong, en el sur, y de Hong Kong se decantan por el consumo de razas locales como el pollo san huang, más pequeño de tamaño y con plumas marrones.

Los pollos no son exclusiva tendencia de los restaurantes de nivel medio o medio-alto, sino que forman parte del firmamento de la comida rápida donde cadenas como Kentucky Fried Chicken (KFC) o Belchiken están aprovechando el tirón, especialmente en el mercado europeo.

Por otra parte, el pollo ha pasado a formar parte de los menús, tanto de comida rápida como de oferta casera

como una opción saludable y de precio más asequible. Este hecho ha permitido también un incremento del número de establecimientos y franquicias dedicados a la venta de pollo con una expansión que cifra en más de 300 nuevos establecimientos en Francia, Alemania y Holanda para 2025.



Entre las tendencias de platos para este año se dispara la petición de alitas no empanizadas y con salsas diversas, pollo frito, oferta variada de adobos picantes y dulces, muslos y patas de pollo y elaboraciones como caldos condimentados o aves enteras asadas con especial protagonismo para establecimientos como Marry Mc Chicken y Cicken Cobbler.

España no es ajena a la moda del pollo y se recuperan algunas recetas tradicionales y bien arraigadas en los hogares y restaurantes de cocina tradicional como es el caso del pollo al chilindrón y del pollo o gallina en pepitoria. El pollo al chilindrón es originario de Aragón y está también muy extendido por otras áreas como Navarra o La Rioja.

La receta original del pollo al chilindrón contiene verduras, tomate triturado y especias hasta conseguir una salsa espesa y, en general, porta, aparte del pollo troceado, cebolla, pimienta roja, pimienta verde, ajos, tomate triturado, pimentón dulce, laurel, pimienta, sal y aceite de oliva virgen extra.

El origen del pollo en pepitoria tiene muchos siglos y viene probablemente de la cultura árabe donde los huevos y el azafrán eran, y aún siguen siendo, muy populares. Existe una mención al plato en el recetario de Diego Granado en 1599 denominado Libro del Arte de Cocina donde habla del uso en su elaboración de cuellos, cabezas, alas, patas, mollejas e higadillos de pollo o gallina sofritos con tajadas de tocino, caldo de olla y especias.

Otros autores como Martínez Montañón o Juan de Altimiras han glosado el plato en diferentes siglos con aportes como cebolla y casquería, en general, espe-

cialmente el segundo. Ya en 1987, Manuel Martínez Llopis habla, sobre todo, de gallina en pepitoria, muy popular en Andalucía, Aragón, Asturias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia, La Rioja y Madrid, además de la pepitoria catalana. Trozos de gallina, jamón, almendras y huevo cocido, aderezado con ajo, cebolla y azafrán, forman parte de ese plato de gran raigambre en España.

MÁS CARNE DE PATO EN EL SUDESTE ASIÁTICO Y ESTADOS UNIDOS

La demanda de carne de pato evoluciona al alza en el Sudeste asiático merced a restaurantes y servicios de catering. Hay países donde la demanda, gracias a su vitola de calidad, es enorme, caso de Tailandia, con lo que crecen las exportaciones con el consiguiente problema para complacer el mercado interno. Indonesia, por su parte, se apoya en la producción local y puede satisfacer la demanda, cada vez mayor, de sus consumidores.

Vietnam, por su parte, ha optado por un proceso de industrialización como forma de satisfacer la demanda interna, mientras Singapur se apoya en la exportación de la que se beneficia su vecino de Malasia y Filipinas cuenta con un consumo muy pequeño frente a la carne de cerdo, que es más apreciada. E incluso del pollo.

La llave de este crecimiento, no obstante, está en el canal Horeca, ya que tanto hoteles como restaurantes sienten la presión de la demanda de carne de pato fresca y de calidad frente a la carne congelada o procesada, que cuenta con muchos menos adeptos. La diversidad de la cocina está en el secreto de su enorme potencial de crecimiento y los países del área son unos auténticos maestros en las elaboraciones de la carne de pato.

Pero esta fiebre por el pato no es exclusivamente asiática. La revista www.foodandwine.com asegura que también en Estados Unidos el pato causa furor y habla desde el pato añejado en seco del asador Francie, de Brooklyn, el pato prensado de la vieja escuela de Pasjoli, en Los Ángeles, la sección centrada en el pato del moderno bistró francés Obélix, en Chicago y del pato de Pekín con caviar, del restaurante Z&Y Peking Duck, de San Francisco.

La publicación elogia las tradiciones culinarias del pato, convertidas en universales, como el pato al estilo Pekín, el confit de pato, el estándar de bistró, el foie gras en todas sus variedades, el pato a la naranja, un viejo plato gourmet recreado por la escritora gastronómica Paula Wolfert, en su libro *The Cooking of Southwest France* o el pato flambeado de Angie Mar, elegido Mejor Chef 2017 por la revista *Food and Wine*. ■

EL PAPEL DEL CONSEJO REGULADOR DE LAS IGP CABALLA Y MELVA DE ANDALUCÍA



Los consejos reguladores son garantes de la calidad certificada.

Los Consejos Reguladores son las únicas entidades designadas por la Comisión Europea a certificar la calidad ligada a origen.

Con esta designación lo que conseguimos es ser los garantes de una calidad ligada al origen, lo que aporta una confianza al cliente de que el producto que están consumiendo es el producto que conocen y cuya calidad está publicada y contratada por las autoridades.

Esta importante institución colaborativa posee un carácter diferenciador que hace que sus productos se beneficien desde el momento de su pesca hasta la puesta a la venta. Un discurso único que certifica cada lata como sinónimo de calidad, buen hacer y lealtad tanto para con el consumidor como para el medio ambiente.

La Unión Europea así lo entendió en 2009 recompensando la particular filosofía del Consejo con el sello de **Indicación Geográfica Protegida**. Hecho que subraya la encomiable y centenaria labor de las fábricas adheridas.

Defensa de la tradición y artesanía

El Reglamento del Consejo Regulador establece que las especies indicadas para la elaboración y consumo son *Scomber Japonicus* y *Scomber Colias* para la Caballa, y *Auxis Rochei* y *Auxis Thazard* para la Melva.

A diferencia de los procesos mecanizados, el pelado de estos productos en las fábricas del Consejo debe realizarse de forma manual sin utilizar productos químicos ni conservantes que puedan modificar de forma artificial el sabor del producto, siguiendo de este modo la tradición andaluza arraigada desde tiempos inmemoriales.

Cabe destacar que todos y cada uno de los procesos se realizan en las fábricas ubicadas en las localidades especificadas por el Reglamento de la institución: desde la recepción de la materia prima, lavado, pelado y envasado.

Además, como líquido de gobierno o cobertura, el Consejo Regulador de la Caballa de Andalucía y la Melva de Andalucía establece la utilización de aceite de girasol que se haya elaborado en la propia Comunidad Autónoma.

Y es que, las cualidades del aceite andaluz como conservantes son tan importantes, que aprovecharlas en beneficio del producto conforma un sello de calidad inimitable.

Una zona geográfica trascendental en la calidad del producto

La zona de elaboración de las conservas amparadas bajo el manto del Consejo Regulador se conforma por los términos de **Almería** (Adra, Carboneras, Garrucha y Roquetas de Mar), **Cádiz** (Algeciras, Barbate, Cádiz, Chipiona, Conil, La Línea, Puerto de Santa María, Rota, Sanlúcar de Barrameda y Tarifa), **Granada** (Almúñecar y Mo-



tril), **Huelva** (Ayamonte, Cartaya, Huelva, Isla Cristina, Lepe, Palos de la Frontera y Punta Umbría) y **Málaga** (Estepona, Fuenigrola, Málaga, Marbella y VélezMálaga).

En beneficio del consumo transparente, el Consejo Regulador se encarga de proteger los nombres, las marcas y la indicación de procedencia arriba citada, tan importante y trascendental a la hora de diferenciarse frente a otros productos de competencia directa.

La importancia del sello IGP: Indicación Geográfica Protegida

La Indicación Geográfica Protegida de la Caballa de Andalucía y Melva de Andalucía es el **aval europeo** que demuestra que cada una de nuestras latas de conserva está elaborada de forma completamente artesanal, respetando un proceso basado en la tradición y poniendo en valor la primerísima calidad de la materia prima.

El sello IGP logrado por el Consejo Regulador en el año 2009 tiene como fin reflejar la excelencia de un producto como

consecuencia de las características de su materia prima, el medio geográfico de dónde procede y la forma en la que se extrae. Otorgándoles así un distintivo inimitable.

Los análisis a los que se someten la Caballa de Andalucía y Melva de Andalucía para garantizar su calidad

Ser conscientes de que lo que comemos cumple con todos los requisitos que certifican su calidad se ha convertido en un objetivo creciente para el consumidor medio.

Desde conocer la procedencia y elaboración de la materia prima hasta su envasado y posterior puesta a la venta, el producto final debe transmitir toda la transparencia posible para que el cliente sea consciente de qué está adquiriendo. Y así lo entiende el Consejo Regulador.

Descubre a continuación el control sobre la producción y los métodos de análisis de la materia prima que garantizan la calidad de cada lata de Melva de Andalucía y Caballa de Andalucía, los excelentes productos que mereces en tu hogar.

¿Cómo se realizan los controles en las fábricas?

Las fábricas amparadas bajo el sello del Consejo Regulador de la Caballa de Andalucía y la Melva de Andalucía se someten a continuos controles rutinarios realizados por personal externo para analizar tanto el contenido como el continente en las distintas etapas de su producción.

Esto es causa y consecuencia de la obtención del sello de Indicación Geográfica Protegida (IGP), un distintivo europeo que certifica que un producto procede de una zona geográfica determinada, y que la calidad del mismo se corresponde de forma directa con la incidencia de dicha zona.

Cada filete, etiqueta, bote y lata son los protagonistas de un proceso

exhaustivo de evaluación que no hace más que subrayar las virtudes de un producto sobresaliente desde mucho antes de entrar en contacto con el ser humano.

Nuestros análisis son sinónimo de calidad

En el mar los peces se alimentan de absolutamente todo: fauna, flora marina y, por supuesto, materiales no comestibles. Este hecho no es baladí para el Consejo Regulador, el cual decide llevar a cabo análisis de metales pesados sobre cada pieza para garantizar sus óptimas condiciones.

El compromiso por ofrecer un producto leal con el consumidor es uno de los aspectos diferenciales de cada una de nuestras latas y viene subrayado de manera directa por la filosofía artesana y tradicional que se mantiene en las fábricas desde tiempos inmemoriales.

Lejos de productos químicos como aditivos o conservantes, el pescado se descabeza, se eviscera, se lava, se cuece a altas temperaturas para eliminar las bacterias y posteriormente se pela de forma manual, convirtiéndonos en merecedores del sello IGP.

Controles rutinarios sin aviso previo

El Consejo Regulador de la Melva de Andalucía y la Caballa de Andalucía centra sus esfuerzos en la supervisión de todas las etapas de producción y en el análisis del producto a través de un continuo trabajo de laboratorio. Al fin y al cabo, los controles se realizan sin aviso previo, por lo que resulta de vital importancia mantener un estatus diario de cada línea de producción.

El fin de estos análisis es mantener estándares de calidad igual de exigentes que el consumidor. De nada sirve lucir sello de Indicación Geográfica Protegida si el producto no transmite esa filosofía. Desde el Consejo se entienden como parte fundamental en la diferenciación del producto.

Melva de Andalucía y Caballa de Andalucía, dos tesoros nacidos de una misma filosofía

Cualquiera de las marcas adscritas a la IGP del Consejo Regulador de la Caballa de Andalucía y la Melva de Andalucía ofrecen la garantía

de calidad que te mereces tú y los tuyos, conservando las mejores cualidades de la materia prima y protegiendo la tradición con la que se trabajado desde siempre.

Una marca con el distintivo del Consejo Regulador en su envase no solo informa al consumidor de su excelente materia prima, sino que además, transmite una filosofía centenaria leal para con el producto.

Conservas de calidad diferenciada Certificadas

Las conservas de Caballa de Andalucía y Melva de Andalucía son conservas de calidad diferenciada y certificadas bajo acreditación ENAC.

Tras un largo período de trabajo y de adaptación de los procesos de control a las duras exigencias de la Entidad Nacional de Acreditación ENAC, en el mes de junio del presente año finalmente se obtuvo la ansiada acreditación y por tanto el reconocimiento externo de que los procesos de certificación de las conservas se hacen de una manera imparcial e independiente, garantizando que una vez más la confianza al cliente.

Introduce Melva de Andalucía y Caballa de Andalucía en tu dieta: dos productos con garantía de excelencias

Las cualidades que se desprenden de este proceso conforman un verdadero valor diferencial con respecto a otros productos que se encuentren fuera del Consejo Regulador.

Ni se evitan los controles ni se ofrecen productos de baja calidad para reducir costes. La filosofía siempre será ofrecer la mejor versión de cada lata de conserva, las cuales son esterilizadas mediante un tratamiento térmico para destruir cualquier microorganismo.

Si buscas un producto capaz de satisfacer tus necesidades de la forma más segura, sana y leal, la Melva de Andalucía y la Caballa de Andalucía se conforman como las opciones más deliciosas para reinar con soltura en tu dieta.

Su versatilidad, sabor, elaboración y envasado son el sinónimo de calidad que se merecen los que más quieres. ¡Atrévete a introducirlas y benefíciate de las numerosas virtudes de las conservas de nuestras costas!

