

de los productos con motivo de cualquier tema: bajas temperaturas que afectan a hortalizas, frutas, etc., inmediatamente se reflejan en una subida de precios venta al público, que no en los productores; una producción más alta de pollos hace que nuestros precios bajen, pero tarda de dos a tres semanas a que esto se refleje en los precios de venta al público y en momentos de crisis existe una barrera psicológica por debajo de la cual el precio venta al público no desciende, ya haya bajado el consumo todo lo que tenga que bajar como ocurrió con el vacuno en la crisis de las "vacas locas", con lonjas sin cotización y con mínimos descensos en el precio de venta al público. Más de una vez, lamentablemente, ha ocurrido lo mismo en el sector de la carne de pollo.

Cuando se está invirtiendo tanto en controles sanitarios, en una correcta y buena alimentación, en el bienestar animal, en instalaciones en granjas y mataderos modernos, en ofrecer al consumidor despieces diferentes y bien presentados, en marcas comerciales publicitadas a nivel local, autonómico o nacional, el beneficio económico al final obtenido puede ser negativo a causa de factores totalmente ajenos al sector productor español.

### El papel de PROPOLLO

Pero los temas precisamente de calidad, de presentación, de control sanitario, de una marca que llegue y sea reconocida por el consumidor, resulta el elemento fundamental para poder luchar con éxito frente a la competencia exterior. Y ese es uno de los objetivos fundamentales de PROPOLLO.

Nuestra Interprofesión, abierta a todos los integrantes del sector avícola de carne, tiene entre sus objetivos fundamentales para 2005 el de dar a conocer las excelencias de nuestros productos, a través de una campaña de imagen, no para conseguir un aumento del consumo, sino para ofrecer una imagen correcta de los mismos y del propio sector. Arrancamos con ella en septiembre del año pasado y pretendemos cerrarla en agosto del 2005 con pretensión de continuidad. Entendemos todos que frente a tantas imágenes y comentarios poco profesionales que los medios de comunicación trasladan a la opinión pública, debemos de presentar la realidad de nuestro sector, de nuestros productos, para de alguna manera contrarrestar todo lo que de negativo tienen las incidencias que a nivel mundial sufre la avicultura de carne.

Pero para hacer frente a los problemas antes expuestos es absolutamente necesaria una normativa que establezca unas bases firmes dentro de las cuales libremente se pueda desarrollar nuestro sector. La ordenación del sector avícola de carne en España va a significar el establecimiento de unas reglas de juego, iguales para todos, que ayudarán a poder desarrollar el sector con los menores altibajos posibles. Se establecen medidas que van desde el bienestar, pasando por la manipulación, zoonosis, controles de calidad, para terminar en una mayor seguridad en el producto puesto en el mercado.

Por lo tanto, este proyecto es un objetivo importante para todo el sector agrupado en PROPOLLO, ya que contempla medidas que afectan a integradores y a integrados, que juntos en la misma nave deben empeñarse en llegar a buen puerto, salvando todas las dificultades para lograr el objetivo final de una mayor renta para todos los que intervienen en el sector y una gran calidad de productos para mantener el consumo actual de carne de pollo, o incluso aumentarlo, para que esta carne sea la carne más importante del siglo XXI. ■

**TERNERA  
D'ALISTE**  
La Denominación de Calidad



GARANTÍA DE CALIDAD



www.efactivamente.net

**Tradición,**

**Control.**

**Calidad.**



ETIQUETADO FACULTATIVO BASADO EN R(CE)1760/00 Y R(CE)1625/00.

TODO EL PROTOCOLO DE CALIDAD DE LA MARCA DE GARANTIA TERNERA DE ALISTE ESTÁ CERTIFICADO EN BASE A LA NORMA EN 45011.

Junta de  
Castilla y León

DIPUTACION  
de ZAMORA

CTRA. DE RABANALES, 2. 49500 ALCAÑICES -ZAMORA-  
TELF./FAX: 980 680 033

WWW.TERNERADEALISTE.COM