



>> Tendencias en la instalación de granjas para broilers

>> Nuevos retos para la EFSA

>> Tienda gourmet Muguerza

“AECOSAN velará por la seguridad en todas las fases de la cadena alimentaria”

Pilar Farjas, secretaria general de Sanidad y Consumo y presidenta de AECOSAN

ELECTOR®:

¡LA SOLUCIÓN INNOVADORA PARA EL MOMENTO IDÓNEO!



ELECTOR®

- NUEVO PRODUCTO CON UN NUEVO MODO DE ACCIÓN ²
- EFECTO RESIDUAL INCLUSO SEMANAS TRAS EL TRATAMIENTO ²
- SIN RESISTENCIAS CRUZADAS CON OTRAS MOLÉCULAS INSECTICIDAS ²
- EXCELENTES CARACTERÍSTICAS DE SEGURIDAD:
PUEDA USARSE EN PRESENCIA DE ANIMALES ¹

APLICACIÓN EN BANDAS

Concentra Elector® en aquellas zonas donde los escarabajos se desplazan o se congregan. 1 bote de Elector® de 237 ml es suficiente para tratar una nave media de broilers mediante la aplicación en bandas:

- 1 METRO SOBRE LA CAMA BAJO LAS LINEAS DE COMEDERO
- 1 METRO SOBRE LA CAMA EN EL PERÍMETRO DE LA PARED
- 1 METRO EN LA PARTE INFERIOR DE LAS PAREDES



Referencias:

- 1- Elector® Label, Registro N 01756-P.
- 2- Spinosad Technical Bulletin, Dow AgroSciences, 2001.

Utilice los biocidas de forma segura. Lea la etiqueta y las instrucciones sobre el producto antes de utilizarlo.

ESBRLELT00033h

Elanco

Elector®

Redes sociales



Javier Rodríguez
Director General de
Grupo SADA

Está claro que somos seres sociales, o casi todos lo somos. Sin embargo, no deja de sorprendernos que parezca desarrollarse más esta cualidad a la sombra de los fenómenos sociales de actualidad, me refiero a las Redes.

Digo esto porque hemos alcanzado la cifra de 12.000 amigos seguidores de nuestro pollo CUK en apenas un año en Facebook. Estamos contentos, pues supone un reconocimiento a la labor de comunicación y divulgación realizada, y también a la calidad de un

producto que no deja de crecer por el boca a boca. Todo el que prueba este pollo lo recomienda y repite como consumidor del mismo.

No deja de llamar nuestra atención que nuestros amigos consumidores son muy participativos, opinan, mandan recetas y a todos les gusta el producto. De cuando en cuando, llega un mensaje que dice: "De parte de mi madre que no tiene Facebook, que le gusta mucho el pollo J".

Desde aquí damos las gracias a todos estos amigos seguidores, por confiar en nosotros y en nuestro producto.

Nunca un pollo fue tan "social" como nuestro POLLO CUK.

de interés

- 4 Noticias de Avicultura
- 10 Noticias de Alimentación
- 16 Noticias de Distribución y Restauración
- 22 Noticias de SADA

la noticia

- 24 Pilar Farjas, Secretaria general de Sanidad y Consumo y presidenta de AECOSAN



producción y técnica

- 28 Tendencias actuales en la instalación de nuevas granjas para broilers
- 32 Nuevo año, nuevos retos para la EFSA

distribución y restauración

- 36 Tienda gourmet Muguerza
- 39 Los yernos perfectos

Editor: Javier Rodríguez

Director: David Marchal

Edita: Grupo SADA p.a., S.A. Ronda de Poniente, 9 - 28760 Tres Cantos (Madrid) - Tel.: 91 807 54 30 - Fax: 91 804 05 99

Coordinadora: Mónica Sánchez

Colaboradores: Santiago Bellés, José Luis Cortés, José Carlos López

Redacción: Redactex - Av. Carlos V, 4 · 6º B, 28936 Móstoles (Madrid) - Tel: 91 238 60 13 (www.redactex.com)

Maquetación: David Carmona Fernández - Tel.: 649 455 978 (www.tipografiko.com)

Publicidad: MEDIATARSIS PUBLICIDAD, S.L. - Los Almendros 20 Urb. El Tejar - 28220 Majadahonda (Madrid) - Tel.: 915 441 550
laura@mediatarsis.com - www.mediatarsis.com

Producción e impresión: Edicions 2001 - c/ Xaloc, 29 - 46116 Masías - Moncada (Valencia) - Tel.: 961 391 650

Depósito Legal: M-4.328-2003 ISSN: 1695-7392

Nuevo modelo de integración para el sector avícola

Después de varios meses de negociaciones, la Asociación Interprofesional de la Avicultura de Carne de Pollo (Propollo) ha anunciado el acuerdo con las organizaciones agrarias Asaja, COAG, UPA y la Unión de un nuevo modelo de contrato de integración entre productores y empresarios avícolas. Los precios de los cereales, tomando como referencia la Lonja de Barcelona, los gastos en luz y gasóleo de las explotaciones y el cumplimiento de unos requisitos más estrictos en bienestar animal son los principales aspectos que incluye el nuevo modelo y que servirán para determinar la cantidad devengada.

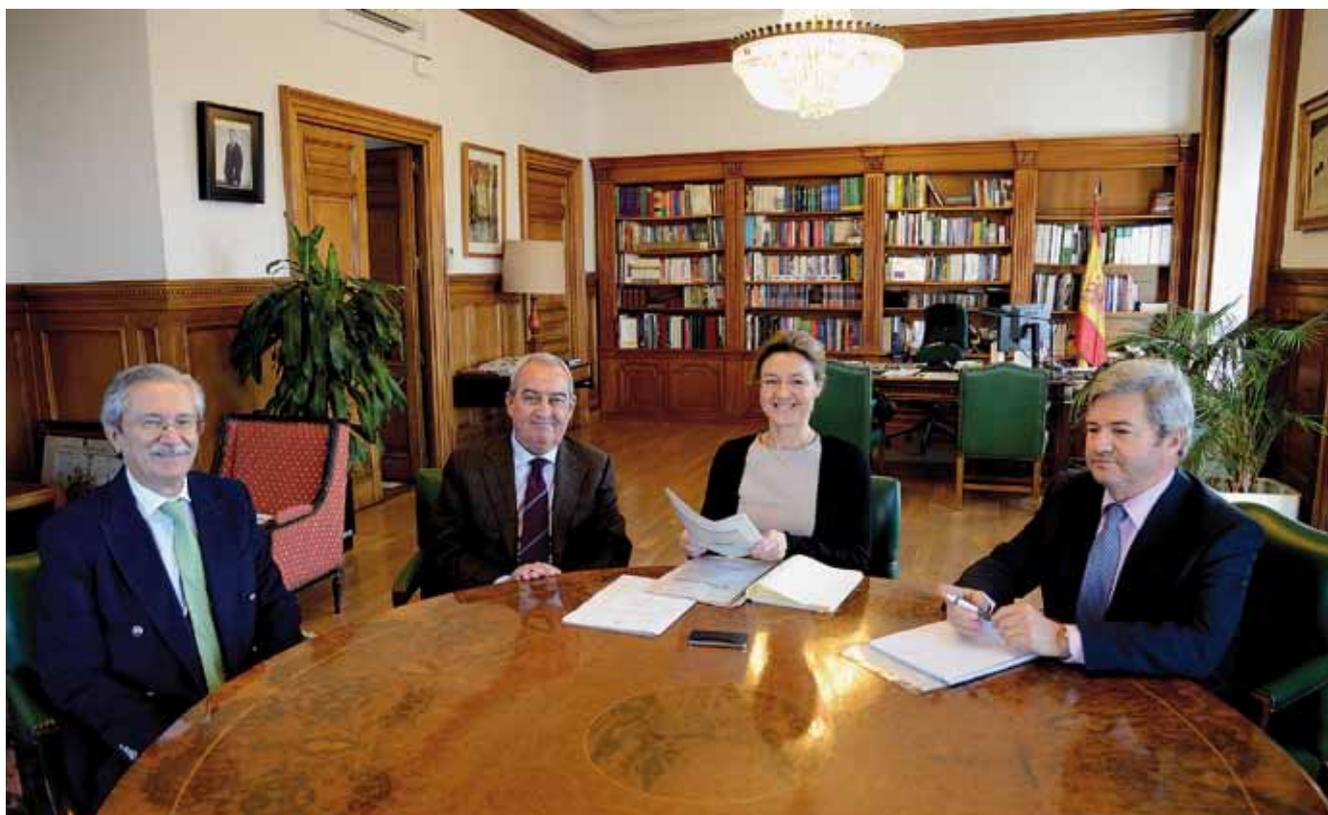
Para el secretario general de Propollo, Ángel Martín, esto representa una novedad con respecto al modelo aprobado en 2007, el cual actualiza.

Asimismo, los índices de conversión (kilos de alimentación suministrada/kilos de carne avícola producida) son una referencia que se mantiene en el nuevo modelo y son la base del contrato de integración. Por lo general, los criadores de pollos y la industria avícola cierran contratos para cinco camadas o engordes, una producción que suele obtenerse en el plazo de un año.

Según Martín, todos los interlocutores están contentos con este nuevo modelo,

ya que se trata de un contrato que fomenta una mayor unión entre los diferentes eslabones de la cadena alimentaria. "No se puede separar el engorde, el sacrificio y la venta: un eslabón de la cadena no puede ir independiente del resto", afirma.

Precisamente, para trasladar los términos de este acuerdo y hablar sobre la situación actual del sector avícola de carne, el presidente de Propollo, Federico Félix, y el propio Ángel Martín se reunieron a finales de febrero con la secretaria general de Agricultura y Alimentación, Isabel García Tejerina, y el director general de la Industria Alimentaria, Fernando Burgaz.



De izquierda a derecha, Ángel Martín y Federico Félix, secretario general y presidente de Propollo, respectivamente; Isabel García Tejerina, secretaria general de Agricultura y Alimentación; y Fernando Burgaz, director general de la Industria Alimentaria.



MAYOR BENEFICIO A TRAVÉS DE UNA MEJOR NUTRICIÓN

Utilizando las soluciones innovadoras en la alimentación que proponemos, reduzca los costes de alimentación, mejore la uniformidad y flexibilice el uso de materias primas, al tiempo que reduce el impacto medio ambiental.

Se pueden utilizar solos, o en combinación. Estas enzimas termoestables están diseñadas para incrementar la disponibilidad de nutrientes y mejorar la rentabilidad de los productores de aves.

Obtenga más información en www.animalnutrition.dupont.com
o a través del email info.animalnutrition@dupont.com

Avizyme® 1505

Axtra® XB

Danisco Xylanase

Phyzyme® XP

>> EL SECTOR AVÍCOLA ESPAÑOL SE CITA EN SIAG 2014

Tras el éxito de su primera edición en 2012, Sevilla acogerá del 25 al 28 de marzo el Salón Internacional de la Avicultura y la Ganadería (SIAG), un certamen bienal que reúne a algunas de las principales firmas vinculadas con este sector en la Península Ibérica y el extranjero. El objetivo del comité organizador del evento, integrado por una treintena de entidades sectoriales de la avicultura, el bovino, el caprino y el porcino, y lideradas por la Real Escuela de Avicultura, es ofrecer a ganaderos, técnicos avícolas, veterinarios, ingenieros agrónomos y otros profesionales relacionados con equipamientos para granjas y laboratorios veterinarios un punto de en-

cuentro profesional. Desde su inicio, la feria apuesta por la formación, con un completo programa de conferencias, mesas redondas, talleres y asambleas sectoriales que tratarán de ofrecer una puesta al día de los temas más importantes del sector ganadero. Todo ello con un enfoque práctico, talleres y demostraciones en directo que podrán ser aplicadas en la gestión de la granja. Como complemento, la Universidad de Sevilla, uno de los colaboradores del salón, ofrecerá a los asistentes algunas de sus áreas de conocimiento en producción animal. Por último, en el marco del SIAG, la Real Escuela de Avicultura celebrará también una nueva edición de sus Jornadas Profesionales de Avicultura, cuya cele-



bración viene repitiéndose anualmente desde 1996 y que son el mayor encuentro de profesionales del sector en la Península Ibérica. Se puede encontrar más información en la web www.siag.info.

>> LA CE OBLIGA A ESPECIFICAR EL ORIGEN EN EL ETIQUETADO DE LAS CARNES

La Comisión Europea ha recibido la aprobación de los Estados miembros para introducir nuevas normas de etiquetado que deberán indicar el origen de la carne fresca, refrigerada o congelada de porcino, ovino, caprino y avícola, una exigencia que hasta ahora sólo se aplicaba en la UE para la de bovino. La propuesta de Bruselas, que entrará en vigor en

abril de 2015 para que el sector tenga tiempo de adaptarse, ha contado con el apoyo mayoritario de los gobiernos europeos en una reunión del Comité permanente sobre salud animal y la cadena alimentaria.

El objetivo es que los consumidores puedan elegir el producto que adquieren sabiendo cuál es su procedencia. Así, el nuevo sistema establecerá un vínculo entre la carne comercializada y el animal del que procede, porque indicará su origen mostrando si ha nacido, crecido y sido sacrificado en el mismo



La propuesta entrará en vigor en abril de 2015

país de la UE o extracomunitario. En los casos en que haya pasado por distintos países a lo largo de su crecimiento, la etiqueta tendrá que indicar entonces el lugar donde ha sido criado y el de sacrificio.

>> CURSO EN LÍNEA SOBRE PRODUCCIÓN DE BROILERS

Asís Formación organiza del 27 de marzo al 2 de mayo un curso sobre producción de broilers totalmente en línea para cualquier persona que esté interesada. Con una duración estimada de 20 horas y un precio de 150 euros, el curso aborda las cuestiones principales que un veterinario debe conocer respecto a la producción de pollo. Además, comprende una serie de lecciones multimedia que los alumnos tendrán que realizar en el campus virtual, así como foros para poder hacer preguntas a los profesores y demás participantes y compartir conocimientos. También podrán descargar resúmenes del curso y tendrán un servicio de soporte técnico. Más información en <http://formacion.grupoasis.com>.



**En LINPAC Packaging
mantenemos las cosas
frescas proporcionando las
mejores soluciones de
envasado a clientes en
todo el mundo.**



fresh thinking!



Tel: +34 985823501
info@linpacpackaging.com
www.linpacpackaging.com

>> CONDICIONES DEL SEGURO PARA EXPLOTACIONES AVÍCOLAS DE CARNE

El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado la Orden AAA/46/2014, de 16 de enero, por la que se establecen las condiciones del seguro para las explotaciones avícolas de carne, comprendido en el Plan Anual 2014 de Seguros Agrarios Combinados. Este documento define las explotaciones asegurables, las condiciones técnicas

mínimas de explotación, el ámbito de aplicación, el periodo de garantía, las fechas de suscripción y el valor unitario de los animales.

El período de suscripción del seguro finalizará el 31 de diciembre de 2014; y tendrán la condición de explotaciones asegurables en el ámbito de aplicación del seguro las explotaciones de ganado aviar de carne destinadas al cebo de pollos, pavos o codornices.



© sxc-Anu Lunsjalmi

>> LA FERIA VIV EUROPE 2014 APUESTA POR EL SECTOR DEL PIENSO

Utrecht (Holanda) es la ciudad elegida para celebrar del 20 al 22 de mayo VIV Europe 2014, la feria internacional de procesamiento y equipamiento de avicultura y ganadería. En esta ocasión, el evento dotará de una importancia fundamental a los piensos. De hecho, el pabellón cercano a la entrada principal contendrá paneles de presentación de todos los proveedores líderes en tecnología de fabricación de piensos, así como de empresas comercializadoras de ingredientes y aditivos. A su lado, un segundo pabellón mostrará una amplia gama de productos para la nutrición animal. Asimismo, se celebrará una mesa redonda con pequeñas presentaciones de avances de ingeniería digital, propuestos por seis

proveedores internacionales, y enfocados en la automatización de todas las fases de la cadena de producción de piensos, desde el mezclado y transporte hasta el granulado y la extrusión. Finalmente, en el marco de la conferencia CropTechFeedTech, que tendrá lugar el día 21, se celebrará un debate sobre la aplicación de ingeniería digital en el núcleo del proceso de producción de piensos.



>> LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVE CRECERÁ EN LA UE HASTA 2023

Según las previsiones de la Comisión Europea, la producción de carne de ave en la UE crecerá con un ratio de 0,8% anual hasta 2023, llegando entonces a una producción de 13,6 millones de toneladas. Este dato se sustenta sobre las perspectivas de recuperación del crecimiento económico europeo, que posibilitará que los consumidores tengan más ingresos, lo que permitirá un mayor consumo de productos cárnicos. El consumo de carne per cápita en la UE alcanzó en 2013 su nivel más bajo en los últimos once años (64,7 kg), pero se espera que se recupere a partir de este ejercicio. Así, se estima que en 2023 el consumo per cápita llegue a 66,1 kg, similar al nivel que había en 2011.

>> MODIFICACIÓN DE REGULACIÓN DE PRODUCCIÓN GANADERA

El Gobierno Regional de Navarra ha aprobado un Decreto Foral por el que se modifica la regulación de la producción ganadera integrada, al establecer que la producción y transformación deben realizarse en la Comunidad Foral. Esta normativa afecta tanto a la producción de avicultura de puesta como la de carne.

En concreto, el documento aprobado aclara que la adhesión al sistema de producción ganadera integrada exige que tanto la producción como la transformación se realicen en Navarra, a diferencia de la regulación anterior, en la que bastaba con efectuar una de las dos actividades en la Comunidad Foral para quedar adherido al sistema. Para adaptarse a este decreto, los operadores que inicien la actividad de transformación fuera de Navarra a partir de su entrada en vigor dispondrán de un periodo transitorio de tres años desde el inicio de la actividad; los que ya estén realizando la transformación fuera de la Comunidad Foral tendrán un periodo transitorio de un año.

>> NUEVAS MEDIDAS PARA PROTEGER EL BIENESTAR ANIMAL EN EL SACRIFICIO

El Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), ha aprobado el Real Decreto por el que se regulan aspectos relativos a la protección de los animales en el momento de la matanza.

Se incluye así en la normativa nacional las disposiciones del Reglamento comunitario al respecto para los animales criados o mantenidos en explotaciones ganaderas con vistas a la producción de alimentos, lana, cuero, piel u otros productos. Para ello se regula la formación del personal que realiza las operaciones de sacrificio de los animales en los mataderos, como elemento esencial para alcanzar el objetivo de que las operaciones de matanza se realicen sin causar

a los animales dolor, angustia o sufrimiento evitables. Derivado de esto, se determina el procedimiento para la organización de los cursos y la emisión del

Se incluye así en la normativa nacional las disposiciones del Reglamento comunitario

certificado de competencia, así como lo relativo al reconocimiento de la experiencia profesional. También se fijan normas para la comercialización en Es-

paña de equipamientos y aparatos destinados a las operaciones de matanza, con el fin de asegurar que éstos cumplan con los requisitos de la legislación comunitaria, y que los operarios que van a utilizarlos conocen perfectamente su funcionamiento.

El Real Decreto contempla igualmente el régimen de infracciones y sanciones aplicable, que es el establecido en la Ley de 2007 para el cuidado de los animales en su explotación, transporte, experimentación y sacrificio.

Por último, en las disposiciones adicionales, se incluye el impulso a las guías de buenas prácticas y las disposiciones de la normativa vigente que estarán en vigor transitoriamente para los mataderos que ya estuvieran en funcionamiento antes de 2013.

Silos metálicos tipo granja



Diseño y montaje de naves



Proyectos llave en mano



La división Ganadería de SILOS CORDOBA, especializada en la fabricación y comercialización de productos para todo tipo de instalaciones ganaderas, pone a su disposición todo lo necesario para el mantenimiento y la mejora de sus instalaciones



www.siloscordoba.com



La carne de pollo incrementa su peso en la cesta de la compra



Según los datos presentados por la consultora Nielsen en el XIV Congreso de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados celebrado en Lleida, la carne de pollo ganó 4,6 puntos porcentuales en los hogares españoles entre 2007 y 2013, mientras que la de vacuno perdió casi cinco puntos en el mismo periodo. De esta forma, el pollo es la carne más vendida en España al copar el 38% del mercado, mientras que el cerdo y el vacuno representan un 28% y un 14%, respectivamente. Asimismo, la de cordero y cabrito suponen un 5% del total, mientras que la de conejo llega al 3%. Durante la presentación del informe, el

experto de Servicios a la Distribución de Nielsen, Roberto Butragueño, aseguró que, pese a que la subida de precios ge-

El pollo es la carne más vendida en España al copar el 38% del mercado

neralizada en alimentación provocó una caída de ventas en volumen del 2,5%, la presencia de los productos cárnicos en la mesa de los españoles no ha dismi-

nuido en los últimos años. De hecho, son uno de los pocos segmentos de la economía española que permanece prácticamente ajeno al impacto de la crisis, ya que mantiene su influencia en las decisiones de compra de los consumidores en niveles muy similares a los de antes de la recesión. Incluso, este segmento sigue siendo uno de los más importantes dentro del sector de productos frescos, al representar el 17,5% de la cesta de la compra, frente al 17,7% de 2008, señala la consultora. En concreto, las carnes constituyen un 12% de la compra de los consumidores, mientras que los productos de charcutería suponen en torno al 5% de gasto en productos básicos de alimentación.

>> CONSTITUIDO EL ÓRGANO DE APOYO A LA CELEBRACIÓN DEL AÑO DE LA DIETA MEDITERRÁNEA

El director general de la Industria Alimentaria, Fernando Burgaz, presidió la reunión constitutiva del órgano colegiado interministerial encargado de la ejecución del programa de apoyo a las actuaciones para la celebración de “2014 Año Internacional de la Dieta Mediterránea”. Este nuevo órgano tiene entre sus cometidos aprobar el programa de actuaciones y actividades para divulgar, fomentar y proteger la Dieta Mediterránea; así como certificar la adecuación de los gastos realizados en publicidad por empresas privadas a los objetivos y planes del programa del Año Internacional. Está integrado por dos representantes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, otro del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas,

otro de la Agencia de Información y Control Alimentarios y un último de la Fundación Dieta Mediterránea. También se aprobaron los procedimientos de trabajo y documentos precisos para la puesta en marcha del programa.

Y es que la Dieta Mediterránea representa no sólo una dieta alimentaria, sino un estilo de vida saludable, un sentimiento de pertenencia a una comunidad y la promoción de un territorio y de su diversidad. En reconocimiento a su importancia, la UNESCO declaró la Dieta Mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2010. A su vez, la Ley de 29 de junio de Presupuestos Generales del Estado para el año 2012 otorgó a la celebración de “2014 Año Internacional de la Dieta Mediterránea” la consideración de acontecimiento de excepcional interés público.

>> LOSTURISTAS DAN UN NOTABLE A LOS ALIMENTOS ESPAÑOLES

Los dos puntos fuertes de los alimentos españoles que destacan los más de 55 millones de turistas que visitan España cada año son la calidad y el sabor. De hecho, eso hace de nuestra gastronomía el segundo mayor atractivo del país, después del clima, tal y como lo demuestra un estudio elaborado por el Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB).

Asimismo, aceite, jamón, embutido, frutas y verduras han obtenido una valoración superior a la de sus principales competidores: Francia e Italia. Sin embargo, aún existe una brecha entre el consumo de nuestros productos en España y en el extranjero. De hecho, el 42% de los turistas afirma que no consume productos españoles debido a la poca accesibilidad a los mismos. Entre una muestra de 36 marcas, los turistas consultados conocen de media siete, de las que consumen cinco en España y dos en sus países de origen. Los nórdicos son los que más veces viajan a nuestro país, aunque no son grandes conocedores de nuestra cultura gastronómica. Sin embargo, franceses y británicos son los que más conocen nuestra gastronomía, mientras que para los rusos y alemanes aún seguimos siendo poco conocidos.



fiabilidad para su material

avícola



2·0·1·4
SALÓN INTERNACIONAL
DE AVICULTURA
& GANADERÍA
SEVILLA 25-28 DE MARZO

Stand 1073-1074

Sevilla, 25-28 marzo.

Offices and Factory:
Ctra. de Arenas km. 2,300
13210 Villarta de San Juan
Ciudad Real- Spain
T: +34 926 640 475
F: +34 926 640 294

www.symaga.com

Madrid Office:
C/ Azcona, 37
28028 Madrid - Spain
T: +34 91 726 43 04
F: +34 91 361 15 94

symaga@symaga.com



Growing together in all fields

>> EL MINISTERIO PUBLICA EL LIBRO HÁBITOS ALIMENTARIOS DE LOS ESPAÑOLES

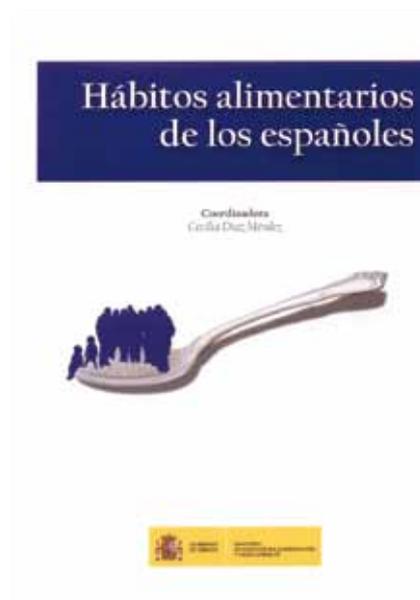
El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha publicado el libro *Hábitos alimentarios de los españoles*, en el que se analizan los cambios en el sistema agroalimentario con la incorporación de los alimentos en los mercados globales, y que afecta a todos los agentes implicados, desde los productores a las industrias y los consumidores.

La publicación plantea el análisis de los hábitos alimentarios en cuatro áreas, que se corresponden con sendos capítulos. En el primero, “La organización de la alimentación cotidiana”, se estudia la estructura organizativa de la alimentación de los españoles, sobre horarios y ritmo para la organización de las comidas, así como sobre la preparación y la compra de los alimentos, abordando la

elección de lugares de compra y el rol del hombre y la mujer.

El segundo se dedica a “La alimentación fuera del hogar”, donde se analizan los perfiles de quienes comen fuera de casa de forma más habitual, sus motivaciones y lugares elegidos; así como las diferencias entre los días de diario y el fin de semana.

Con el título “Confianza y riesgo alimentario”, en el tercero se exponen las variaciones en el grado de confianza de los consumidores. Se analizan las preocupaciones de la población española y su grado de confianza en los productos, los establecimientos de venta y en las distintas instituciones del sector. El cuarto se dedica a los “Cambios alimentarios y hábitos saludables”, donde se describen los resultados de las encuestas sobre estabilidad y cambios de



hábitos en la localización y estructuración de las comidas, las valoraciones y preferencias sobre diferentes tipos de alimentos y sobre la adopción de conductas y actitudes más saludables.

El libro incluye un capítulo final en el que se recogen las principales conclusiones del estudio.

>> SE PRESENTA UN INFORME SOBRE LA ALIMENTACIÓN ORGÁNICA DEL MAÑANA

Celebrada en Núremberg (Alemania), la feria anual BioFach está dedicada íntegramente a productos orgánicos. En esta edición, además de presentar nuevos alimentos ecológicos, tejidos naturales y agricultura orgánica, se dio a conocer al público el

informe *Orgánico 3.0 - La agricultura y la industria de la alimentación orgánica del mañana*. El estudio concluye que el sector de lo orgánico, en cualquiera de sus variantes, ha dejado de ser un pequeño nicho de mercado. Estos productos ya forman parte de la cultura del consumidor convencional y tienen una buena reputación entre los clientes. El informe indica que si los productos orgánicos van a tener un papel central en la vida de las personas, los productores y establecimientos orgánicos deben identificar la dirección hacia la que está cambiando el mercado para reaccionar a tiempo ante las nuevas necesidades del consumidor.

Es más, el sector orgánico puede aprovechar seis grandes tendencias actuales de consumo. Una, los productos deben especificar claramente su calidad e ingredientes para que el cliente conozca rápidamente cómo pueden beneficiar a su dieta y a su salud. Dos, el cliente es el rey. Tres, el servicio es más que un servicio, y hay que tener en cuenta el diseño del envase o embalaje y el

soporte a través de innovaciones técnicas. Cuatro, las empresas del sector han de trabajar conjuntamente para dar con la filosofía holística de todo el ciclo del producto orgánico. Cinco, el sector tiene la oportunidad de guiar el debate

Estos productos ya forman parte de la cultura del consumidor convencional y tienen una buena reputación

sobre la alimentación saludable. Y seis, la recuperación de antiguas variedades de grano, fruta o vegetales se debe combinar con la investigación intensiva para ofrecer nuevas alternativas culinarias y probar su potencial beneficioso.



>> TODO LISTO PARA ALIMENTARIA 2014

Del 31 de marzo al 3 de abril, Alimentaria abrirá sus puertas en el recinto Gran Vía de la Fira de Barcelona para convertirse en el centro de negocios internacional para todos los profesionales de la industria de la alimentación y las bebidas, con más de 3.800 empresas participantes. Sin duda, se trata de una cita obligada con la innovación, las últimas tendencias y la internacionalización del sector. En esta ocasión, sus responsables han redoblado sus esfuerzos para atraer compradores de todo el mundo, en especial de Asia, Estados Unidos y

Sus responsables han redoblado sus esfuerzos para atraer compradores de todo el mundo

Latinoamérica, además de Europa. De hecho, exponen firmas de más de 50 países, convirtiendo Alimentaria en un evento de referencia internacional. Se trata, según explicó el director del evento durante su presentación, J. Antoni Valls, de "proyectar, ante los miles de compradores extranjeros que acuden a la feria, la calidad y riqueza de nuestros productos y la gran potencia



Alimentaria

de nuestra gastronomía, reconocida ya en el mundo".

La gran novedad de este año será The Alimentaria Experience, un show gastronómico innovador e interactivo que contará con más de 40 chefs que suman cerca de 50 estrellas Michelin. Entre ellos, Joan Roca, Carme Ruscalleda, Pedro Subijana o Martín Berasategui.

Además, acogerá 14 salones especializados con lo último en su sector: vinos, carne, aceites, restauración, bebidas, dulces, productos ecológicos, etc.; y amplía oferta en nuevos subsectores como coctelería, panadería o pizza y pasta. Asimismo, la feria estrena Cocktail & Spirits, con demostraciones de los mejores bartenders, y repiten los espacios de cata Vinorum, la Barra de Aceites de Oliva Gourmet y "España, el país de los 100 quesos".

Por último, en The Alimentaria Hub se celebrarán más de 8.000 reuniones entre expositores y compradores internacionales. Más de 50 ponentes analizarán el presente y el futuro del sector y se mostrarán los productos más innovadores.

>> OBTIENEN NARANJAS MÁS RICAS EN ANTIOXIDANTES

Un grupo de científicos españoles ha logrado obtener naranjas con un mayor contenido en beta-caroteno en la pulpa y un 20% más de capacidad antioxidante, un trabajo que se ha realizado sobre plantas en las que se ha acortado el tiempo de floración respecto a las habituales. El estudio ha sido realizado por científicos del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias, del Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la empresa de base tecnológica Biopolis. Además, las naranjas obtenidas en este trabajo presentan un color amarillo intenso y hasta 36 veces más beta-caroteno en la pulpa, precursor de la vitamina A. Para lograrlo, los expertos han transformado plantas de naranja dulce manipulando un gen relacionado con la conversión de beta-caroteno en xantofilas, responsables del color anaranjado de las naranjas.



© sxc-binghongc's



UCEPSA

CARRITERA DE CAMPO REAL, RM. L. NAVAS 1 Y 2
TEL: 91 871 03 46 / 17 78
FAX: 91 871 02 95
ARGANDA DEL REY
28500 (MADRID)

TUBO DE POLIETILENO
FILM AGRÍCOLA
SACOS INDUSTRIALES
BOLSAS COMERCIALES
BOLSAS USO DOMESTICO
BOLSAS OXO-FOTODEGRADABLE



>> CRECEN LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS

Las exportaciones del sector agroalimentario y pesquero alcanzaron en 2013 los 38.000 millones de euros, lo que supone un incremento del 3,9% respecto al año anterior, según los datos del Informe mensual de Comercio Exterior. Por su parte, las importaciones en ese año supusieron 30.159 millones de euros, con lo que se generó un superávit de 7.841 millones, un 36,3% superior al saldo de 2012, que fue de 5.754 millones. La participación del sector agroalimentario en el conjunto del comercio exterior español es del 16,3% en exportaciones y del 12,1% en importaciones, ambas cifras superiores al porcentaje que representa este sector en el Producto Interior Bruto (PIB), lo que indica su alto grado de internacionalización. En un análisis por sectores en 2013, el agroalimentario fresco ha mejorado sus exportaciones en un valor absoluto de mil millones de euros, lo que supone un incremento aproximado del 8,5%, debido principalmente a la

exportación de frutas y hortalizas. Por su parte, las importaciones han disminuido en unos 500 millones de euros, siendo el descenso más significativo en cereales y oleaginosas.

En cuanto al sector transformado, la industria de alimentación y bebidas también ha mejorado sus exportaciones en unos 450 millones de euros, con un incremento del 1,5% respecto a 2012. El subsector porcino (carne y derivados) y el vino también han presentado cifras de incremento del valor de sus exportaciones.



© sxc-anna ivanova

>> EL SECTOR ALIMENTARIO, A LA CABEZA DE LAS EMPRESAS MÁS RESPONSABLES

La industria de alimentación y bebidas encabeza el ranking de empresas con mayor reputación en el ámbito de la Responsabilidad Social, según se extrae del informe *El ciudadano español y la Responsabilidad Corporativa que, por cuarto año consecutivo, ha desarrollado la Fundación Adecco.* Basado en una encuesta a mil ciudadanos distribuidos por todas las Comunidades Autónomas, los resultados del informe revelan que el 60% de los encuestados califican al sector de alimentación y bebidas como “muy responsable”; mientras que el 20% lo veía como “bastante responsable” y un 15% como “moderadamente responsable”. Sólo un 5% lo suspende en

responsabilidad, considerándolo “poco o nada responsable”.

El documento también destaca que los ciudadanos son cada vez más selectivos a la hora de consumir. Así, un 47% de los encuestados ha dejado de comprar marcas y/o productos por considerar que no son respetuosos con el entorno. Esta proporción ha crecido desde el año pasado, cuando se situaba en el 29,3%. En palabras de Francisco Mesonero, director general de la Fundación Adecco, “la crisis económica ha propiciado un consumo responsable. Ante una economía doméstica resentida, los ciudadanos se vuelven más selectivos a la hora de adquirir productos y servicios y dan cada vez más importancia a la responsabilidad de las marcas y empresas, por encima de otras cuestiones”.

>> BREVES

Envases con revestimiento antiadherente

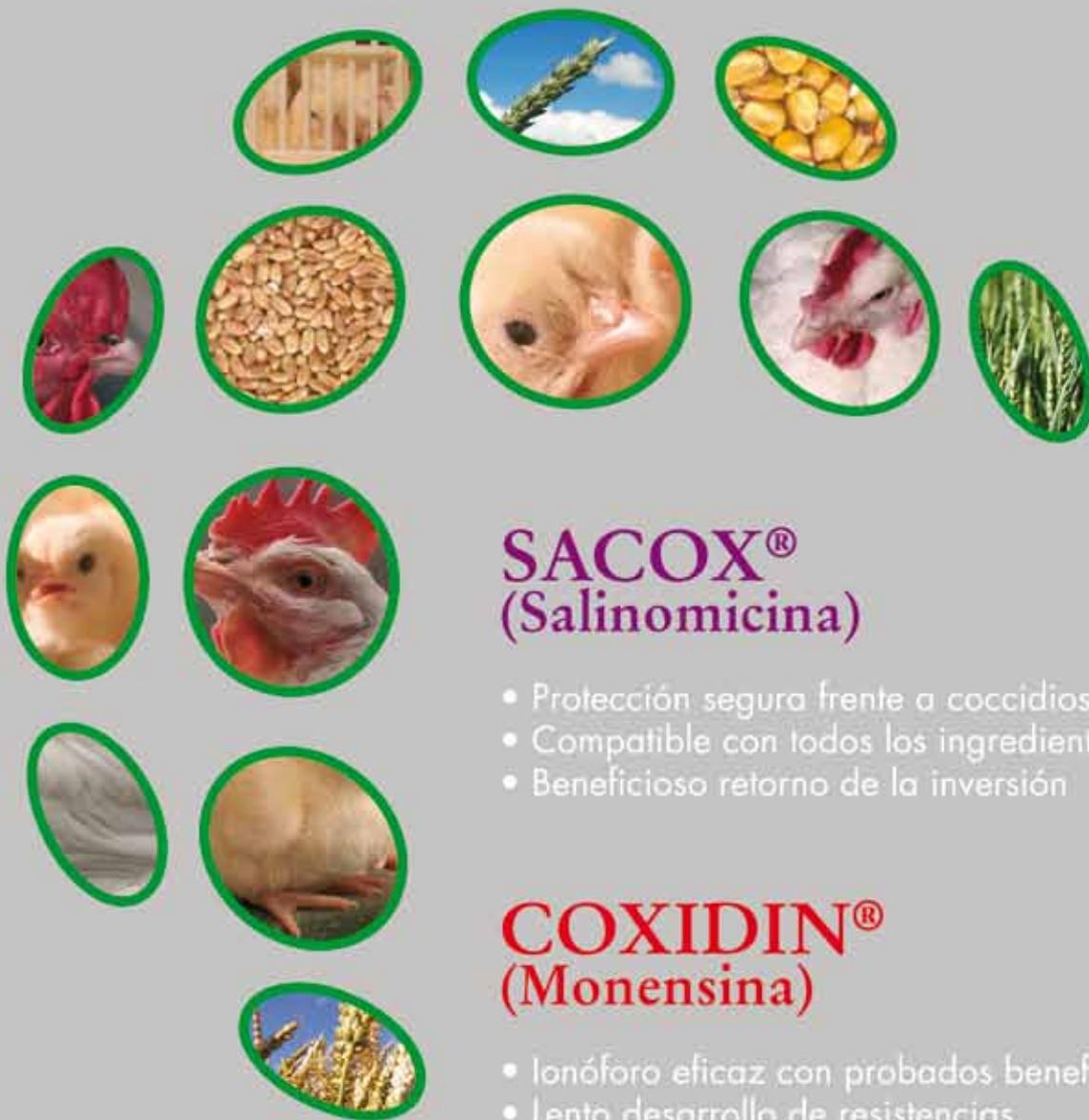
En el año 2015 las estanterías de los supermercados contendrán los nuevos envases con LiquiGlide, un recubrimiento especial desarrollado por el MIT (Instituto de Tecnología de Massachusetts) que facilita el vaciado completo del contenido alimentario espeso y difícil de apurar, como puede ser el ketchup o la mayonesa. Se trata de un gran avance para reducir el desperdicio alimentario aprovechando al máximo todo el contenido de los envases.

Lucha contra la obesidad infantil

En la última conferencia sobre Nutrición y Actividad Física celebrada en Atenas, los estados miembros de la UE anunciaron un plan europeo contra la obesidad infantil. Esta iniciativa propondrá acciones voluntarias para apoyar hábitos saludables (principalmente en las escuelas y las guarderías), restringiendo la publicidad para niños, informando a las familias y promoviendo la actividad física y la investigación.

Se disparan las ventas de aceite de oliva

La comercialización de aceite de oliva durante esta campaña ha aumentado un 30% en relación con la anterior, y un 18% sobre la media de los últimos años. Esto es debido sobre todo a los menores precios, que han bajado tanto por la reducción del coste en origen gracias a la elevada oferta, como por la estrategia de la gran distribución, que utiliza el aceite de oferta como un producto gancho para atraer clientes.



SACOX® (Salinomicina)

- Protección segura frente a coccidiosis
- Compatible con todos los ingredientes del pienso
- Beneficioso retorno de la inversión

COXIDIN® (Monensina)

- Ionóforo eficaz con probados beneficios económicos
- Lento desarrollo de resistencias
- Permite el desarrollo de la inmunidad

Aves sanas para un alimento saludable
www.huvepharma.com

HUVEPHARMA NV
UITBREIDINGSTRAAT 80
2600 ANTWERP, BELGIUM
TEL: +32 3 288 1849
FAX: +32 3 289 7845
E-mail: sales@huvepharma.com

Distribuido por: INDUKERN SA
www.indukern.es
Tel: 93 506 91 00
indukern@indukern.es

La distribución celebra el límite de tasas interbancarias por el pago con tarjeta

La Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios del Parlamento Europeo ha aprobado recientemente un informe que establece límites a las tasas por el pago con tarjeta electrónica, y permite a los Estados miembros establecer topes incluso más bajos, medidas que mantienen y mejoran la mayoría de las propuestas originales de la Comisión. En un comunicado conjunto, las principales asociaciones empresariales de distribución comercial españolas (CEC, ANGED, ASEADAS y ACES) han destacado que eso supone “una gran noticia para comerciantes y consumidores, pues unas comisiones interbancarias más competitivas y transparentes mejorarán los precios para los consumidores en toda Europa”. Además, han asegurado que, según datos de la Comisión Europea, las actuales tasas les cuestan a la distribución europea unos 10.000 millones de euros al año, “un coste añadido para un sector que está demostrando un gran comportamiento en el mantenimiento de la actividad y el empleo, a pesar del difícil contexto socioeconómico, y que representa en torno al 12% del PIB nacional”. Por otro lado, las asociaciones celebran la decisión de avanzar respecto al texto original en varios aspectos, como es el caso de la flexibilización de la tasa correspondiente a las operaciones con tarjeta de débito, situándola en el 0,2% del valor de la transacción o 7 céntimos de euro como máximo, la que resulte menor de ambas.

Finalmente, destaca la reducción del período de transición para la aplicación del reglamento en las operaciones nacionales, pasando de 22 meses al plazo máximo de un año desde su entrada en vigor.



>> LOS RESTAURANTES INFORMARÁN DE LOS ALÉRGENOS ALIMENTARIOS EN SUS MENÚS

Desde el momento en que España trasponga parte del reglamento comunitario 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, el sector español de la restauración al completo, y quienes vendan alimentos a granel envasados en el punto de venta, deberán informar a sus clientes de las sustancias alérgicas que contengan sus platos, raciones, o productos antes de que finalice 2014.

La Unión Europea busca que las personas con alergias alimentarias tengan las mismas oportunidades que las que no son alérgicas a la hora de adquirir o

degustar un alimento, sin distinción de si está envasado, se vende a granel o lo ofrecen ya emplatado, y que el etiquetado no se convierta en una limitación a la libre circulación de productos.

Bruselas ha incluido entre las sustancias y familias de artículos que causan intolerancias o alergias los cereales con gluten

(trigo, centeno, cebada, avena, espelta y kamut), crustáceos, huevos, pescados, cacahuets, soja, leche y frutos de cáscara (almendras, avellanas, nueces, anacardos y pacanas). A esto se une el apio, la mostaza, los granos de sésamo, el dióxido de azufre y los sulfitos para productos listos para el consumo o reconstituidos, los altramuces y los moluscos, que también forman parte de la familia de alérgenos que hay que especificar, según el reglamento 1169/2011.

Se intenta que las personas con alergias alimentarias tengan las mismas oportunidades que las que no son alérgicas



© Fotolia.com



Proyectos logísticos a medida



distribución y restauración

>> EL CORTE INGLÉS MEJORA EL SISTEMA DE COMISIONES DE SUS EMPLEADOS

El Corte Inglés ha acordado un nuevo sistema de incentivos para sus 60.000 empleados, modelo que sustituirá el vigente desde los años sesenta y que permitirá mayores comisiones a mayores ventas. Se establecen dos sistemas de retribución variable, uno colectivo y otro individual, con un mínimo de venta exenta de comisión anual, superado el cual los tipos de incentivos se irán multiplicando por tramos progresivamente, lo que supondrá mayor cobro en comisiones. A la venta mínima exenta de comisión, calculada según la venta media de cada departamento a escala nacional, se le aplicarán factores correctores de

estacionalidad, que posibiliten una percepción de incentivos más regular entre los diferentes meses del año, con independencia del comportamiento propio de la actividad comercial. Igualmente, se tendrán en cuenta factores correctores de territorialidad, cuyo objetivo es corregir las diferencias de oportunidades de venta de los centros por encontrarse ubicados en enclaves distintos. Según los responsables de la compañía, se trata de un sistema "más flexible, solidario y moderno" que, además de permitir la posibilidad de lograr un mayor incentivo por una mayor venta, estimulará más al personal y aunará los intereses individuales y colectivos.



© Luis García

>> CAPRABO PREVÉ LA REMODELACIÓN DE SUS 364 SUPERMERCADOS

La cadena de supermercados Caprabo invertirá 80 millones de euros hasta 2016 en remodelar su red de 364 supermercados, repartidos entre Cataluña, Madrid y Navarra, lo que supondrá una nueva organización de los productos frescos, mayor número de referencias y nuevos espacios, como la parafarmacia.

La cadena, que lleva dos años trabajando en este proyecto, finalizó 2013 con 70 establecimientos renovados e incorporará este año otros 50, con lo que en 2014 habrá 120 locales adaptados a este nuevo concepto, gracias a lo cual prevé aumentar su facturación un 8%. Además, estima abrir este año 25 franquicias, que también in-

Nueva organización de los productos frescos, más referencias y nuevos espacios

corporarán esta estrategia, y priorizará los centros de mayor superficie, los más antiguos y los que registran mayor facturación para adaptarlos en primer lugar. En este proceso también destaca la apuesta de la marca por la salud y el bienestar, ya que en los nuevos establecimientos los productos integrales y bajos en azúcar, sal o grasas están claramente agrupados y tienen una identificación específica para facilitar la compra al cliente.

>> EL SECTOR DE LA FRANQUICIA CREARÁ MÁS DE 20.000 EMPLEOS EN 2014

Tormo Franchise Consulting ha presentado un estudio en el que se asegura que las empresas franquiciadoras crearán más de 20.000 puestos de trabajo en 2014, lo que supone un crecimiento del 4,5%, frente al 0,9% previsto para este año para el conjunto de la economía. Así, el

número de empleos totales se elevará desde los 325.763 registrados al cierre de 2013 hasta los 340.500 previstos al finalizar este año. Además, el informe señala que se crearán más de 2.600 empresas, y que los principales sectores que impulsarán este crecimiento serán la alimentación, los servicios, el *retail* y la restauración.

En concreto, el sector contaba en 2013 con 931 enseñas y 52.604 establecimientos, cifras que crecerán en 2014 un 9,6% y un 4,9%, respectivamente. Por último, la Comunidad de Madrid y Cataluña seguirán siendo las comunidades autónomas que concentren el mayor número de centrales de franquicia, con un 53% entre ambas.

>> LIDL INVIERTE 3,5 MILLONES DE EUROS EN DOS NUEVAS TIENDAS EN MURCIA Y MÁLAGA

La cadena de supermercados de descuentos Lidl ha anunciado la inversión de 3,5 millones de euros en la apertura de dos nuevas tiendas situadas en Murcia y en Alhaurín de la Torre (Málaga). Cada una tendrá más de mil metros cuadrados de sala de ventas, y dispondrán de la oferta habitual de estos establecimientos, con secciones de pescado fresco y un amplio surtido de pan y bollería recién horneados. Las nuevas tiendas presentarán una imagen actual y moderna, tanto en sus

acabados interiores como exteriores, siguiendo la nueva línea estética de la compañía, y contarán con instalaciones eficientes energéticamente.

Asimismo, el nuevo establecimiento de Murcia no será la única apertura en la provincia durante 2014, ya que a finales de año está prevista la inauguración de la nueva plataforma logística en Lorquí, que contará con una superficie de 40.000 metros cuadrados y pasará a ser la novena planta de la compañía en territorio español.



>> DIA SIGUE CRECIENDO EN 2013 Y PREVIENE NUEVAS APERTURAS

El grupo Dia continúa con la senda creciente de los años anteriores. Concretamente, ha cerrado el ejercicio 2013 con un aumento del 11,7%, y un beneficio de 227,7 millones de euros. En España ha alcanzado unas ventas netas de 4.499 millones, un 45,7% más. La compañía apuesta por seguir invirtiendo en nuestro país durante este año. Según su consejero delegado, Ricardo Currás, "apostamos por seguir creciendo en la Península, porque confiamos en ambos países, que son y deben ser nuestros ejes de crecimiento en el futuro". De hecho, Dia quiere repetir en España, donde cuenta ya con 4.151 establecimientos, el dato récord de aperturas del año pasado (139). La inversión en la península ibérica en 2013 fue de 187,4 millones. Las cifras previstas para 2014 son similares. En cuanto al desarrollo de marcas propias, la compañía está cambiando de una política monomarca a multimarca. Así, apuesta por las marcas Bonté, creada para las tiendas de cosméticos Clarel, pero que también se comercializará en Dia; Baby Smile y Junior Smile, dirigidas a niños; y As, para mascotas.

Todo en etiquetas

Etiquetas Autoadhesivas • Térmicas
Ordenador • Cinta de transferencia térmica
Etiquetas para Alimentación y la Confección

FABRICACION DE TODO TIPO DE ETIQUETAS Y SOPORTES
ACABADOS ESPECIALES
IMPRESIÓN BRAYLLE Y SERIGRAFIA EN ROLLO



distribución y restauración

>> LA FACTURACIÓN DE LA HOSTELERÍA FRENA SU CAÍDA

Tras más de cinco años de fuertes retrocesos, la facturación del sector de la hostelería muestra una ligera mejoría.

De hecho, cerró 2013 con una bajada del 1,7% frente al descenso del 6,2% registrado un año antes. Esto ha sido posible, según la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR), porque los establecimientos de restauración han conseguido encadenar varios meses consecutivos con facturación al alza. Por otro lado, el empleo en hostelería experimentó también una cierta mejora el pasado año. En conjunto, contó con una media de 1.320.050 trabajadores ocupados, según los datos de la última Encuesta de Población Activa (EPA). Eso supone un ligero descenso de un 0,1%, frente



a la caída del 5% que se producía el año anterior.

Por otro lado, los restaurantes y bares cerraron 2013 con un incremento medio en los precios de un 0,3% respecto a 2012, una cifra que dista mucho del alza de las tarifas que se producían en los años anteriores al comienzo de la crisis en 2008, superiores al 4%.

>> COSTCO ATERRIZA EN ESPAÑA

La tercera compañía de comercio minorista de Estados Unidos, Costco Wholesale, prepara su desembarco en España.

La empresa, que funciona como un club de compras ofreciendo a sus socios un número reducido de marcas líderes al mejor precio posible, prevé abrir dos nuevos establecimientos: uno en Sevilla en abril y otro en



Madrid en julio. Estas aperturas se suman al plan de expansión internacional que ha puesto en marcha la organización y que le llevará a abrir 36 nuevas tiendas a lo largo de 2014 en países como Australia, Corea del Sur, Japón, Canadá o Méjico.

La compañía replicará el modelo de negocio que le ha proporcionado el éxito en Estados Unidos, con esta-

blecimientos de una planta. Lo único que será diferente será la comida, para adaptarse a los gustos locales. Precisamente, para financiar sus inversiones en nuestro país, la sociedad con la que operará en España, Costco Wholesale Spain, acaba de hacer una ampliación de capital por valor de 15 millones de euros.

La primera apertura será la de Sevilla, porque, según sus responsables, se trata de una ciudad que ha crecido mucho en los últimos años y que cuenta con un millón de habitantes en un radio máximo de media hora en coche de su local. Además, destaca la existencia de un alto número de pequeños negocios, a los primeros que espera atraer con sus bajos precios. La multinacional calcula que generará de inicio unos 200 empleos, tanto en Sevilla como en Madrid, que podrían superar los 300 conforme el negocio se incrementa. De hecho, ya ha comenzado con el proceso de selección de personal.

>> BREVES

Ahorramás abrirá su primera tienda del año en Toledo

Supermercados Ahorramás estrenará el próximo 13 de marzo una nueva tienda en Ontígola, Toledo. El establecimiento dispondrá de una superficie de sala de ventas de unos 755 metros cuadrados. Tras esta apertura serán 42 los supermercados que el grupo gestiona en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

Spar cierra 2013 con cifras positivas en España

La empresa de distribución Spar ha concluido el ejercicio 2013 con una cifra de negocio de 1.306 millones de euros en España, lo que representa un crecimiento del 4,6% frente al año anterior, que alcanzó 1.248 millones. La enseña también ha registrado cifras positivas en su expansión comercial, ya que a fecha de 31 de diciembre de 2013 el grupo contabilizaba 1.133 supermercados, es decir, 54 tiendas más que un año antes.

Mercadona inicia las obras de su primer súper de Euskadi

La compañía distribuidora Mercadona, que ya dispone de tres ubicaciones seleccionadas en Vitoria, ha comenzado las obras del primero de los futuros supermercados, que ubicará en el barrio de Armentia de la capital alavesa. El establecimiento contará con una superficie de 3.000 metros cuadrados, la mitad de los cuales se dedicarán a sala de venta, y dará empleo a unas veinte personas.

>> LA INVERSIÓN EN CENTROS COMERCIALES CRECE UN 147% EN 2013

Unos 618 millones de euros. Ésa fue la inversión en transacciones de centros y parques comerciales el año pasado, lo que supone un crecimiento del 147% con respecto a 2012, según la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC). No obstante, pese a este enorme crecimiento en inversión, las ventas cayeron el 0,3% en 2013, alcanzando los 36.770 millones de euros.

En el pasado año se inauguraron siete centros y se ampliaron dos

En cuanto a la afluencia de público en los centros comerciales, se situó en 1.704 millones de visitas, el 0,2% más que el año anterior, una ligera subida que, sin embargo, no repercutió en el crecimiento de las ventas. Asimismo, la gran apuesta de estas empresas ha sido el aumento de la superficie bruta alquilable, creciendo el 1,2% con respecto a 2012, lo que se traduce en un total de 15.295.314 metros cuadrados distribuidos en 542 centros.

Por su parte, la venta media por visita a los centros y parques comerciales fue de 21,58 euros en 2013, el 0,1% menos que en 2012, por lo que se puede decir que el gasto medio se mantuvo. Por último, según los datos de AECC, los centros y parques comerciales españo-

les dan trabajo a 319.000 personas, el 0,6% más que en 2012. Y es que, en el pasado año se inauguraron siete centros y se ampliaron dos, cifras que hay que sumar a los 16 nuevos proyectos que ya están en marcha en España para el período 2014-2016.



© Yrithimind

NAVES PREFABRICADAS TIPO TÚNEL

Túneles estándar de 10 y 12,5 metros de ancho

Ahora también en 14 metros

NOVEDAD:
Cobertizos para guardar
maquinaria, materiales,
forrajes, etc.



La instalación para sus pollos con mejores resultados del mercado
VENTILACIÓN Y AISLAMIENTO EXCEPCIONALES

PROYECTOS LLAVE EN MANO

INSTALACIONES AGROPECUARIAS COSMA, S.L.

Pol. Ampliación Comarca I, C/ M, nº 6

31160 - Orcoyen (Navarra)

Tel 948 31 74 77 · Fax 948 31 80 78

cosma@cosma.es · www.cosma.es

Grupo SADA, premiada con el distintivo de excelencia en igualdad de Castilla-La Mancha

La presidenta del Gobierno de Castilla-La Mancha, María Dolores de Cospedal, entregó el Distintivo de Excelencia en Igualdad, Conciliación y Responsabilidad Social Empresarial a tres empresas de la región, entre las que se encuentra Grupo SADA. Durante el acto de entrega, la presidenta reconoció la labor de estas organizaciones por el fomento de la promoción interna de las mujeres en sus empresas, el respeto a la igualdad retributiva entre mujeres y hombres, la contratación de mujeres víctimas de violencia de género y de jóvenes que se incorporan al mercado laboral.

Por ello, De Cospedal animó a las organizaciones castellano-manchegas a elaborar y poner en marcha en sus ámbitos planes para “garantizar y fomentar la igualdad real entre mujeres y hombres”. También recordó que este distintivo se aprobó hace dos años con el fin de fomentar el empleo femenino, que fuera de calidad e impulsar las condiciones para que las mujeres puedan tener crecimiento en el mundo laboral y empresarial. De esta



forma, calificó a las empresas premiadas como “un ejemplo a seguir”, por haber llevado a cabo actuaciones en pos de la igualdad real de mujeres y hombres. Asimismo, subrayó que la igualdad real se consigue estimulando las políticas igualitarias, que tienen como objetivo ayudar a la mujer a tener una independencia económica como el hombre. “Si

por igualdad consideramos tratar a todo el mundo igual, nos equivocaremos; pero si lo consideramos como tener todos las mismas oportunidades, acertaremos”, puntualizó De Cospedal, quien definió como “fundamental” el hecho de “avanzar para lograr la igualdad de retribuciones y de oportunidades entre mujeres y hombres” en las organizaciones.

>> POLLO CUK SUPERA LOS 12.000 FANS EN FACEBOOK

Aunque tan sólo lleva activa algo más de un año, la página de Pollo CUK en Facebook cuenta ya con más de 12.000 seguidores, y cerca de 300 personas que cada día hablan de ella. Esto ha sido posible gracias a sus atractivos contenidos y a las promociones puestas en marcha por la compañía. En el primer caso, destacan sus recetas elaboradas con pollo CUK, sus consejos para disfrutar inten-

samente del ocio y el tiempo libre, sus sugerencias en alimentación, salud y belleza, o sus ideas para hacer regalos a la familia y los amigos. En cuanto a las promociones, ha tenido mucho éxito la de regalar un pollo CUK a cada nuevo fan de la página que acuda a su punto de venta más cercano, y están constituyendo un gran impulso para potenciar la actividad de la marca en esta red social, incluso mostrando fotografías de los premiados.

Por eso, desde aquí, Grupo SADA quiere agradecer a todos los consumidores su apoyo y su confianza, y desea que sigan apostando por el pollo CUK.

Y es que, como dice el eslogan que aparece en la página de Facebook, “si lo pruebas, repites”.



➤➤ MAYOR COMPROMISO CON LAS MUJERES EN PUESTO DIRECTIVOS

Un total de 31 empresas españolas, entre las que se encuentra Grupo SADA, se han comprometido con el Gobierno a incrementar el número

de mujeres en puestos directivos. Para ello, han suscrito voluntariamente un convenio con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad que les

compromete a aumentar la presencia de mujeres en los órganos de toma de decisiones hasta un 20% o, al menos, un 5% en los próximos cuatro años.



No le des más vueltas, elige tu envase

ITC Packaging, desarrollo y fabricación integral de soluciones de packaging plástico para la industria alimentaria. Vanguardia en materiales, investigación continuada hacia materiales de última generación, Customización absoluta, tecnología IML para una personalización total.
www.itc-packaging.com
mkt@itc-packaging.com



PILAR FARJAS

Secretaria general de Sanidad y Consumo y presidenta de AECOSAN

**“AECOSAN VELARÁ POR
LA CONSECUCCIÓN Y EL
MANTENIMIENTO DE LA SEGURIDAD
EN LA CADENA ALIMENTARIA”**



El pasado 17 de enero el Consejo de Ministros aprobó el Real Decreto por el que el Instituto Nacional de Consumo (INC) y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) se fusionan en un nuevo organismo denominado Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN). La entidad, que dispondrá de un presupuesto de más de 30 millones de euros para el presente ejercicio y contará con cerca de 400 trabajadores, permitirá un ahorro anual de 360.000 euros. Pilar Farjas, secretaria general de Sanidad y Consumo y presidenta de la Agencia, explica en esta entrevista su funcionamiento.

DAVID MARCHAL

Q **ué es AECOSAN y cómo surgió el proyecto de la fusión entre la AESAN y el INC?**

La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a través de la Secretaria General de Sanidad y Consumo, que surge de la refundición del Instituto Nacional del Consumo y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

La Agencia nace con una vocación integradora y de cooperación de todos los agentes involucrados en la garantía de la seguridad de los consumidores en su sentido más amplio. La refundición de ambos organismos autónomos permite abordar la protección de los consumidores y usuarios desde un único órgano administrativo bajo una sola dirección que garantice la unidad de criterio, dificulte las disfunciones en el cumplimiento de las tareas y haga ganar en eficacia y eficiencia la gestión de la Administración General del Estado. Existirá, asimismo, una interlocución única para empresas, organizaciones de consumidores y administraciones.

La fusión de ambos organismos favorece la simplificación y la sostenibilidad de la estructura administrativa, con un máximo aprovechamiento de las unidades existentes.

“La Agencia nace con una vocación integradora y de cooperación de todos los agentes involucrados en la garantía de la seguridad de los consumidores en su sentido más amplio”



© luca baroncini - sxc.hu

¿Cuáles son las funciones del nuevo organismo?

Corresponden a la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición las funciones que con anterioridad correspondían a los organismos refundidos en los ámbitos del consumo, la seguridad alimentaria y la nutrición.

La Agencia integrará y desempeñará, en el marco competencial de la Administración General del Estado, todas las funciones relacionadas con la protección de la salud de los consumidores, a ex-

cepción del control higiénico-sanitario de mercancías alimentarias en frontera. La Agencia velará por la consecución y el mantenimiento de la seguridad en todas las fases de la cadena alimentaria posteriores a la producción primaria, mediante procedimientos de coordinación, seguimiento y, cuando proceda, de evaluación de actuaciones y formulación de propuestas; así como en materia de bienes y servicios que faciliten y mejoren la protección del consumidor y aquéllas que afecten a los servicios o productos de consumo no alimenticios.

¿Cuáles son los objetivos principales de esta nueva agencia?

Existen tres pilares fundamentales. Primero, ejercer la promoción y el fomento de los derechos de los consumidores y usuarios, tanto en materia de seguridad de los productos como de sus intereses económicos. También promoverá la segu-

El Comité Científico será el órgano encargado de la evaluación de riesgos, tanto en asuntos relacionados con la seguridad alimentaria y nutrición, como con el consumo

ridad alimentaria, ofreciendo garantías e información objetiva a los consumidores y agentes económicos del sector agroalimentario español. Por último, destaca su

Competencia analítica

AECOSAN contará con tres laboratorios para potenciar sus competencias analíticas:

- **Centro de Investigación y Control de la Calidad (CICC).** Llevará a cabo los análisis, pruebas y ensayos sobre la calidad y seguridad de los bienes y servicios de uso y consumo, fomentando la calidad analítica y tecnológica en el área de control de bienes y servicios, así como formar y asesorar al personal técnico.
- **Centro Nacional de Alimentación (CNA).** Realizará funciones de apoyo científico-técnico y de control analítico de laboratorio en la detección de contaminantes químicos y biológicos actuando como laboratorio de referencia.
- **Laboratorio de Biotoxinas marinas.** Desempeñará funciones de apoyo científico-técnico y control analítico de laboratorio en el campo de las biotoxinas marinas, actuando como laboratorio europeo de referencia.



objetivo de planificación, coordinación y desarrollo de estrategias y actuaciones que fomenten la información, educación y promoción de la salud en el ámbito de la nutrición y, en particular, en la prevención de la obesidad.

Finalmente, ¿cómo se organizará AECOSAN?

El nuevo organismo tiene tres órganos de dirección: el presidente, el director ejecutivo y el consejo de dirección. Yo,

“La fusión de ambos organismos favorece la simplificación y la sostenibilidad de la estructura administrativa, con un máximo aprovechamiento de las unidades existentes”

actualmente como secretaria general de Sanidad y Consumo, ostento la presidencia de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición.



Por supuesto, existirán órganos de asesoramiento y coordinación, como son la Comisión Institucional, la Comisión Interministerial de Consumo, el Comité de Valoración, el Consejo Consultivo, el Consejo de Consumidores y Usuarios, la Comisión Técnica para la Seguridad de los Productos y el Consejo General del

Sistema Arbitral de Consumo. Asimismo, se mantiene el Comité Científico como órgano encargado de la evaluación de riesgos. Una de las novedades es que estará integrado por dos secciones: una se encargará de los asuntos relacionados con la seguridad alimentaria y nutrición, y otra de los temas de consumo. ●



GEPACK EUROPE, empresa distribuidora de los films sellables de PET de Dupont Teijing Films para España, Francia y Portugal.

Especializada en el termosellado de bandejas monomaterial de APET y CPET así como flow-pack para uso en hornos tradicionales hasta 220°C y ultracongelación hasta -70°C. Les ofrece nuestra experiencia de más de 10 años en el sector del desarrollo sostenible para conseguir soluciones de envasado mediambientales al ser el envase 100% monomaterial PET. Para cualquier información póngase en contacto con nosotros:

www.gepack.fr / 629 079 806 / 0033 164 813 000



>> LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS AL SERVICIO DEL NEGOCIO AVÍCOLA

Tendencias actuales en la instalación de nuevas granjas para broilers



© martin nemec-fotolia.com



Al igual que en los últimos años se ha producido una considerable evolución tanto en la crianza como en el consumo de la carne de pollo, las granjas también se deben ir adaptando a las nuevas necesidades de producción y confiar en los avances tecnológicos para ser rentables, competitivas y sostenibles.



SANTIAGO BELLÉS

Sada p.a. Producciones Ganaderas, S.A.

Desde los inicios de la avicultura industrial, los avances han sido continuos en materia de genética, nutrición, sanidad, manejo e instalaciones; produciéndose al mismo tiempo cambios en la sociedad, en los consumidores, en los propios granjeros y en la estructura productiva de la carne de pollo. De hecho, durante todo este tiempo hemos pasado de producir pollos caseros a comercializar alimentos a gran escala cumpliendo con normativas de seguridad alimentaria, bienestar animal, medioambientales... Asimismo, en estos años, los tipos de granjas, materiales utilizados, equipamientos e instalaciones han ido cambiando y evolucionando rápidamente. Además, se han ido adaptando a las nuevas exigencias de los pollos que criábamos y de los cambios competitivos que requerían desarrollar nuevas tecnologías e implantarlas inmediatamente, con el riesgo de que quien no lo hiciera así se iba a quedar en el camino.

Muchos podemos recordar, y más aún si vemos fotografías antiguas, cómo eran las granjas hace diez, veinte o treinta años; cómo eran los comederos, los bebederos, los sistemas de calefacción, las ventanas... En esos momentos cumplieron su función, pero ¿podríamos criar miles de pollos hoy con esos materiales? ¿Seríamos competitivos? La respuesta es no, y por ello debemos invertir en los nuevos avances tecnológicos que nos permitirán seguir produciendo pollos en el futuro.

COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

El escenario actual, y creo que futuro, nos obliga a tener granjas competitivas y sostenibles, y desde mi punto de vista deberán reunir tres condiciones básicas: máxima capacidad de control del bienestar animal, productivo y energético, acompañada de unos niveles de formación adecuados; altos niveles de eficiencia productiva, energética y medioambiental; y una dimensión técnica y económica adecuada, relacionada con el resto de la cadena productiva y optimizada basada en los avances tecnológicos.

Hemos pasado de producir pollos caseros a comercializar alimentos a gran escala cumpliendo con toda clase de normativas de seguridad

nibles, y desde mi punto de vista deberán reunir tres condiciones básicas: máxima capacidad de control del bienestar animal, productivo y energético, acompañada de unos niveles de formación adecuados; altos niveles de eficiencia productiva, energética y medioambiental; y una dimensión técnica y económica adecuada, relacionada con el resto de la cadena productiva y optimizada basada en los avances tecnológicos.

CONTROL. Tienen que ir dirigidas hacia el bienestar animal tanto en el ámbito del am-

Debemos invertir en los nuevos avances tecnológicos que nos permitirán seguir produciendo pollos en el futuro



biente en la granja (control de temperatura, porcentaje de HR, gases (NH₃, CO₂...), corrientes y velocidad de aire...), como en el sanitario (estricta bioseguridad, estado inmunitario y enfermedades) y de comportamiento (actividad de los pollos, densidad zonal, migraciones, sonidos...). También se orientan hacia el control productivo, con mediciones cada vez más exactas del consumo de agua y alimento, así como del peso y su crecimiento diario para obtener indicadores zootécnicos diarios. Y no podemos olvidarnos del control energético, ya que es un elemento de coste cada vez más importante. Por ese motivo, se deben hacer auditorías energéticas periódicas y control metódico de los consumos eléctricos y de combustibles.

EFICIENCIA. Por un lado, está la productiva, donde las tendencias van dirigidas a nuevos diseños de comederos, más fáciles de manejar (especialmente en primera edad), que provocan menos desperdicio, y fáciles de limpiar y desinfectar, y también en bebederos (tetas prácticamente en el 100% de las nuevas

El futuro va a depender de lo que hagamos en el presente y de lo rápidos que seamos en reaccionar y anticiparnos

instalaciones), que suministran la cantidad de agua que necesitan los pollos actuales, y con mínimos derrames. Por otro lado, se encuentra la energética, buscando un mínimo uso de energía para conseguir unos óptimos resultados productivos y de calidad en los pollos, y se hacen mayores inversiones en aislamiento, estanqueidad, ventiladores más eficientes, intercambiadores de calor, paredes térmicas, suelo radiante... Las energías alternativas (solar, eólica, geotérmica, etc.) todavía no han cogido fuerza, pero seguro que van a



negocio avícola



© Jastras

tener un desarrollo importante en el futuro inmediato, al menos para autoconsumo. Por último, tenemos la eficiencia medioambiental, con técnicas para reducir las emisiones de nitrógeno, fósforo, polvo, olores...

DIMENSIÓN. Podemos referirnos a la técnica, diferenciando la de la granja o nave de la explotación avícola. Así, respetando los condicionantes de bioseguridad (todo dentro-todo fuera), en la capacidad de reacción

El escenario actual nos obliga a tener granjas competitivas y sostenibles

de las plantas de procesamiento y de bienestar animal debemos ir al máximo posible, ya que para ser competitivos hemos de optimizar todos los costes. Y ya en la dimensión económica, no podemos olvidar que la producción de pollos en el ámbito industrial es una economía de escala, y así se está considerando en los nuevos proyectos avícolas de los países emergentes con los que tendremos que competir.

El futuro va a depender de lo que hagamos en el presente y de lo rápidos que seamos en reaccionar y anticiparnos. Nuestro futuro empieza hoy, aquí y ahora, y depende de nosotros.



Ideas innovadoras en EAP, refrigeración y congelación.

Cuando se trate de comida, piense en nosotros. Carbueros Metálicos, Grupo Air Products le ofrece las últimas y más innovadoras soluciones de congelación criogénica, enfriamiento, refrigeración y envasado en atmósfera protectora. Nos avalan más de 40 años de experiencia en el procesamiento de alimentos.

No sólo ofrecemos gases, equipos y servicios, sino también la experiencia necesaria para ofrecerlos totalmente adaptados a sus procesos y métodos de trabajo. De este modo, podrá ofrecer productos alimentarios que se mantienen frescos durante más tiempo.

Freshline®, buque insignia de nuestra gama de soluciones criogénicas, ofrece equipos y gases de gran pureza exclusivos, suministro a escala internacional y una experiencia sin precedentes en el sector.

Ya se trate de productos horneados, lácteos, comidas preparadas, frutas, vegetales, carne, pescado o marisco, ofrecemos una combinación inigualable de innovación y experiencia.

Si desea descubrir nuestras innovaciones para el sector alimentario, visite www.carbueros.com/alimentacion o también puede llamarnos al 902 110 149

 **CARBUEROS METÁLICOS**
Grupo Air Products

te escuchamos
www.carbueros.com/alimentacion

>> EL ORGANISMO PRESENTA EL PRIMER PLAN PLURIANUAL 2014-2016

Nuevo año, nuevos retos para la EFSA



Con el objetivo de dar respuesta a los actuales retos relacionados con la alimentación y ayudar en esta tarea a las distintas administraciones comunitarias, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) ha presentado su primer Plan Plurianual (MAP) que abarca el periodo 2014-2016. Te contamos en qué consiste.

autoridad europea de seguridad alimentaria

MÓNICA SÁNCHEZ

(Coordinadora de marketing de Grupo Sada)

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) se prepara para un ajustado 2014, con un programa de más de 670 documentos científicos para finales de este año. Entre los aspectos más destacados del programa de trabajo se encuentra la emisión de dictámenes e informes sobre asuntos de fundamental importancia para la salud pública, tales como la exposición a la acrilamida en los alimentos, los alérgenos en los alimentos, los valores nutricionales para vitaminas y minerales, la exposición a la cafeína, y la amenaza planteada por patógenos que se encuentran en alimentos de origen no animal, como la salmonella y el norovirus. Es más, la EFSA prevé para los dos próximos años una creciente demanda en las evaluaciones de riesgos y en el asesoramiento científico en áreas como los pesticidas, los transgénicos o los nuevos alimentos.

Para dar respuesta a todos estos y otros temas, este organismo ha presentado el primer Plan Plurianual (MAP) que abarca el periodo 2014-2016. El objetivo del enfoque plurianual es ayudar a las autoridades comunitarias a trabajar de manera más estrecha y eficaz con las partes interesadas para ampliar la evaluación de riesgos.

En palabras del doctor Bernhard Url, director ejecutivo interino de este organismo, "el programa de trabajo de la EFSA para 2014-

2016 muestra los desafíos a los que se enfrenta Europa, partiendo de una cadena de alimentos cada vez más compleja y también nuestro compromiso de seguir protegiendo a los ciudadanos con un sólido asesoramiento científico". En él se destacan las diversas medidas que esta entidad está tomando para for-



© Fotolia.com

Según el doctor Bernhard Url, con el apoyo adecuado "podremos asegurar que los alimentos europeos siguen siendo los más seguros del mundo"

Sp•Berner®

Pasión e Innovación en Plásticos.

SOLUCIONES DE LOGÍSTICA A MEDIDA



Sp-Berner Plastic Group SL
Camino de la Lloma, 35 - 46960 - Aldaya (Valencia)
Telf. +34 96 159 60 06 · Fax. +34 96 150 35 32
info@sp-berner.com | www.sp-berner.com

talecer la confianza en el sistema de seguridad alimentaria de la UE y aumentar la eficiencia de las prácticas de trabajo de cara a las restricciones de recursos. En este sentido, continúa, “estamos bien posicionados para aprovechar la cooperación existente y las iniciativas de colaboración en toda Europa, con el fin de hacer el mejor uso de los recursos finitos. Los próximos años no serán predecibles, pero con el valioso apoyo de nuestros expertos, las redes científicas, las autoridades nacionales, las instituciones asociadas y el personal podremos asegurar que los alimentos europeos siguen siendo los más seguros del mundo”.

ACCIONES IMPORTANTES

Los puntos destacados del programa científico de la EFSA en 2014 son los siguientes:

- La continuación del trabajo multidisciplinario de la autoridad sobre la salud de las abejas. Los expertos de plaguicidas de la EFSA llevarán a cabo nuevas evaluaciones

sobre los riesgos potenciales que suponen para las abejas sustancias tales como neonicotinoides tiametoxam, clotianidina e imidacloprid.

- En el ámbito de la salud animal, se creará un informe final sobre el virus de Schmallenberg y una actualización sobre la opinión científica de 2010 de la peste porcina africana.
- Se realizará una evaluación más profunda de las metodologías de tipificación molecular de los principales peligros microbiológicos transmitidos por los alimentos para apoyar la investigación de brotes y mejorar la vigilancia.

El Plan Plurianual destaca las diversas medidas que la EFSA ha de tomar para fortalecer la confianza en el sistema de seguridad alimentaria de la UE

- Se programarán unas 40 evaluaciones de riesgos de plagas de plantas que se espera que sean solicitadas en virtud del nuevo marco de la sanidad vegetal de la Comisión Europea.
- Se publicará un análisis de la relación entre el consumo de antimicrobianos y la resistencia de éstos, en colaboración con el Centro Europeo para la Prevención y Control de Enfermedades y la Agencia Europea de Medicamentos.

MERCADOS EUROPEOS

Las evaluaciones de los productos destinados potencialmente a los mercados europeos seguirán ocupando gran parte de sus recursos, tanto humanos como financieros, con un enfoque principal sobre las enzimas alimentarias. La EFSA pretende hacer un proceso de evaluación más eficiente mediante la introducción de una herramienta informática de gestión de desarrollo.

The screenshot shows the EFSA website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'About EFSA', 'News & events', 'Topics A-Z', 'Publications', 'Policies & units', 'Cooperation', 'Applications helpdesk', and 'Calls & consultations'. Below this, there is a search bar and a 'Subscribe' button. The main content area features a 'In Focus: Zoonotic diseases' section with a video player and text about Campylobacter and Salmonella. There are also 'Featured Topics' on the right side, including 'Operational and Compliance', 'Zoonotic diseases', 'Biopharm', 'Animal Health', 'Environmental Risk Assessment', and 'Pesticides'. At the bottom, there is a 'Sign up as an Expert' button and a 'News' section with a headline about African swine fever.

autoridad europea de seguridad alimentaria

Por otro lado, este organismo continuará posicionándose en el centro de las redes europeas de información de seguridad alimentaria recopilando datos. Como parte de esta estrategia, se seguirá trabajando en el desarrollo de un "almacén" de datos, lo que hará que la información relevante sea más accesible para los Estados miembros y las partes interesadas.

Y finalmente, es importante que la respuesta sea rápida, tanto en lo que se refiere a asesoramiento científico como a asistencia técnica en particular, según el informe de la EFSA, en varias áreas clave: optimizar las funciones de los expertos en la evaluación de riesgos, aumentar la confianza por mejorar la transparencia en el trabajo científico, y mejorar la capacidad de evaluación de riesgos de la UE a través de una mayor cooperación y coordinación entre países y agencias. ●



© Fotolia.com

envases CUI

Desde su constitución en el año 1996, EnvasesCui no ha cesado de evolucionar y ampliar su gama de envases inyectados en polipropileno. La preparación y la experiencia del joven equipo que compone Envases Cui, ha sido vital para generar una buena dinámica de trabajo, ganando día a día la confianza de sus clientes que le ha permitido posicionarse en el mercado de los envases y hacerle frente a sus concurrentes. Ahora EnvasesCui cuenta no solamente con distribuidores por España sino en todo el mundo (Europa, Sud América, África). Nuestra innovación continua es el fruto de la conjunción entre la creatividad de nuestro personal, las necesidades de nuestros clientes y los rigurosos estudios de mercado en el ámbito nacional e internacional. Actualmente dispone de un parque de 12 líneas de producción automatizadas de última generación con brazos robotizados para la colocación de etiquetas IML.

Envases CUI, S.L
C/ Granja, 23 Polg. Ind. Los Robles 28500 Arganda del Rey MADRID
TFNO. 91 871 65 13 FAX. 91 871 50 81
E-mail- administracion@envasescui.es
Página Web www.envasescui.es

Max. 120° C. -40° C.

¡¡NOVEDAD!!

>> TIENDA GOURMET MUGUERZA



De izquierda a derecha, Alberto Gómez, comercial de la delegación de Vitoria, Javier Muguerza, propietario; y José Luis Cortés, delegado comercial de Sada Vitoria.

“Me gusta el pollo CUK porque no es graso, pero tiene una gran jugosidad”



En la localidad de Estella (Navarra) se encuentra la tienda gourmet Muguerza, un establecimiento que desde hace una década comercializa productos delicatessen de gran calidad, entre los que se encuentra el pollo CUK.



DAVID MARCHAL

Más de treinta años han pasado desde que la familia Muguerza comenzara en el mundo de la alimentación en el municipio de Estella. Con la ayuda de sus hijos el negocio fue evolucionando a lo largo de los años hasta contar con tres puntos de venta de artículos variados. Cuando los padres se jubilaron, cada uno de ellos se quedó con uno de los locales, que actualmente trabajan de forma in-

Muguerza cuenta con una página web desde la que se pueden realizar pedidos online

dependiente, aunque se apoyan unos en otros a la hora de tratar con los proveedores. Uno de los hijos, Javier, decidió hace unos diez años dar un nuevo giro al negocio y reformar el establecimiento que le dieron sus padres. "El local estaba muy orientado a productos congelados. Por eso, hicimos una reforma, quitamos las estanterías que había y nos enfocamos por completo a productos delicatessen de calidad y primeras marcas", recuerda su propietario.



Situado a 40 Km. de Pamplona, Muguerza lleva más de diez años ofreciendo en Estella artículos delicatessen.

ULMA

SOLUCIONES INTEGRALES

ULMA Packaging Bº Garibai, 28 - 20560 - OÑATI - GUIPÚZCOA

Teléfono: 943 739200 - Fax: 943 783218 E-mail: info@ulmapackaging.com - Web: www.ulmapackaging.com



Javier Muguerza es el propietario de este establecimiento gourmet especializado en productos de calidad.

Decidieron dar el paso de especializarse por la gran competencia existente, sobre todo de las grandes superficies. Ahora su establecimiento está repleto de artículos de calidad como productos de caza, conservas de pescado, verdura, vinagres y aceites especiales, licores, bombones, fruta, panes y bollería, "todo de alto nivel", como explica Javier.

CLIENTELA

Claro que el hecho de que los productos que ofrece Muguerza sean de calidad no significa que toda su clientela tenga un alto poder adquisitivo. "Contamos con muchos clientes que son trabajadores de fábricas, pero que valoran lo bueno", puntualiza Javier, y añade: "No tiene por qué sobrarle el dinero para comprar productos de calidad. La alimentación tampoco

"En cuanto probé el pollo CUK hace unos seis años, me quedé con él. Es el que más me gustó de todos los que había comido"



supone un porcentaje tan grande del sueldo como para decidir siempre ir a lo más barato", afirma. Ahora bien, sí es cierto que la media de edad de sus clientes es superior a los 30 años, pero también es verdad que vienen muchas personas de los pueblos cercanos a comprar, puesto que el establecimiento abre todos los

Javier trabaja únicamente el pollo CUK y lo utiliza para cocinar una gran cantidad de platos

días mañana y tarde y los festivos sólo por la mañana. Incluso, Muguerza cuenta con una página web (www.carniceriamuguerza.com) desde la que se pueden realizar pedidos online, con un servicio gratuito de entrega a partir de una determinada cantidad de compra.

Con todo esto Javier está haciendo frente a las grandes superficies, aunque reconoce que cuando no estaban éstas, en general se vendía más. Eso sí, lo que no ha reducido las ventas es la carnicería, "tanto por la calidad como por el corte tradicional", apunta. "Tenemos jamones de todas las gamas, paletas de bodega, jamón Joselito... Y eso no lo tiene el resto. Además, elaboramos productos propios como chorizos o chistorras, que convencen a todos los que los prueban".

POLLO CUK

Y entre la gama de alimentos de calidad que comercializa Muguerza se encuentra también el pollo CUK de Grupo SADA. "En cuanto lo probé hace unos seis años, me quedé con él. Es el que más me gustó de todos los que había comido", recuerda Javier. "Se trata de un producto que no es graso, pero tiene gran jugosidad, cosa que no pasa con otros pollos de esta gama, pues si los asas, se quedan secos por la falta de grasa. En cambio, en éste no se percibe la grasa, pero tiene la jugosidad de un producto graso, está mucho más rico", afirma. Tanto es así que Javier trabaja únicamente este tipo de pollo y lo utiliza para cocinar una gran cantidad de platos preparados como pollo guisado, medios pollos confitados o muslos rellenos. Todo ello a baja temperatura para conservar su jugosidad. "Son productos de máxima calidad, sin aditivos, ni colorantes, ni gluten. Eso les da una durabilidad de dos meses. Y no hay más secreto: calidad y producto natural", resume.

>> LOS YERNOS PERFECTOS



A los lados, Marcos Gagliano (izda.) y Raúl Sevilla, dueños de Los yernos perfectos, junto a Eduardo Romero, delegado comercial de Sada en Almería.

“De Grupo SADA destacaría el trato, la calidad y la formalidad”



Aunque tan sólo llevan abiertos al público desde el pasado mes de octubre, el asador Los yernos perfectos ha sabido hacerse un hueco en la oferta gastronómica de Roquetas de Mar (Almería), ofreciendo platos de calidad, entre los que destaca el pollo asado, a un precio al alcance de cualquiera.



DAVID MARCHAL

Toda una vida. Eso es lo que lleva dedicado Raúl Sevilla al negocio de los pollos, desde que su familia comenzara en este sector a finales de la década de los ochenta. Sin embargo, en el año 2010 decidió dar un paso importante en su carrera profesional y ponerse por cuenta propia con su amigo Marcos Gagliano. En un principio, la idea de ambos era montar un asador, pero debido al enorme desembolso que eso requería, apostaron por la venta ambulante de pollos asados.

“A los clientes que prueban el pollo CUK les encanta y siempre repiten”

En la fachada del establecimiento están pintados los personajes que representan a Raúl y Marcos, propietarios de Los Yernos Perfectos.

“Compramos una pequeña furgoneta adaptada y empezamos a recorrer los mercadillos, dos por semana, de la provincia de Granada”, explica Raúl. Como complemento, decidieron alquilar un local que les sirviera de almacén. “Lo adecentamos para poder hacer los aliños y guardar los productos congelados y los alimentos”, afirma Marcos.

Así estuvieron cuatro años hasta que en octubre de 2013, ahora sí, pudieron hacer realidad su sueño de contar con su propio establecimiento de cara al público, sin abandonar

la venta ambulante, que la siguen cubriendo actualmente con tres empleados. Para ello eligieron la localidad de Roquetas de Mar. “Aquí teníamos muchos de nuestros clientes y pensamos que era una muy buena opción, porque no había ningún asador que tuviera la calidad del que queríamos poner en marcha”, puntualiza Raúl.

OFERTA VARIADA

Y en seis meses han sabido no sólo conservar los clientes que ya tenían de la localidad, sino también ampliar su radio de acción a los municipios cercanos. “Tenemos todo tipo de clientela, desde amas de casa y familias completas, hasta trabajadores que disponen de poco tiempo para comer, turistas, vecinos del barrio y de otras ciudades cercanas...”. Todos ellos, a juicio de Raúl y Marcos, acuden a su establecimiento por dos factores principales: la calidad y la variedad de los productos que venden. De hecho, es posible encontrar allí un



gran número de platos caseros que preparan ellos mismos como croquetas, ensaladilla, calamares, canelones... “Cada día hacemos un menú de comida caliente, y lo acompañamos de un segundo con pollo y el postre, a un precio muy asequible”, afirma.

Precisamente, el mayor porcentaje de las ventas que realizan se lo lleva el pollo asado, que desde 2011 les suministra Grupo SADA. “En el momento en el que comprobamos la calidad de sus productos, decidimos cambiarnos”, afirma Marcos. Desde entonces sólo tienen palabras de elogio para su proveedor. “De Grupo SADA destacaríamos el trato, la calidad y la formalidad. Siempre te atienden a la hora que llames, aunque sea festivo o domingo, y si no tienen género en el almacén, te lo buscan. Y eso hace que confíe en ellos, porque sé que me lo van a suministrar. Son muy competentes. Hasta el día de hoy nunca he tenido queja alguna de su calidad”, afirma.

POLLO CUK

Incluso, los propietarios de este asador han apostado de lleno por la venta del pollo CUK de Grupo SADA. “Nos gusta porque su carne es muy sabrosa, y a los clientes que lo prueban les encanta. De hecho, cuando vuelven, siempre repiten”, matiza Raúl. Además, han notado que



Además de los dueños del establecimiento, en este asador trabajan otros cuatro empleados fijos y dos eventuales

Mirmar, S.A.

*Fabricamos todo tipo de
Etiquetas Autoadhesivas
(Termicas, Couche, Offset,
Plásticas, etc...),
Rollo continuo, Rollo de Caja,
Rollo de TPV y Rollo Térmico.*

Políg. Ind. MONCADA-II • C/. de La Campana, 5
Telf.: 96 130 04 77 - Fax: 96 130 01 41
46113-MONCADA (Valencia)

<http://www.mirmar.org> E-mail: mirmar@mirmar.org

El mayor porcentaje de las ventas que realizan se lo lleva el pollo asado, que desde 2011 les suministra Grupo SADA

el consumo de esta clase de pollo, criado de forma extensiva en gallinero y con alimentación sin componentes de origen animal y un mínimo de 65% de cereales, ha aumentado considerablemente los fines de semana, los festivos y los jueves, que es el día que se llega el mercadillo al municipio. "Es cuando más demanda tenemos y poco a poco vamos incrementando las ventas. Eso significa que cada vez gusta más. Cuando llegue el buen tiempo y el turismo, lo promocionaremos más y estoy seguro de que tendrá una gran acogida", concluye Marcos. ●



El nombre del establecimiento proviene de unas anécdotas de su etapa de venta ambulante de pollos asados en los mercadillos, cuando muchas de sus clientas aseguraban que ellos serían los yernos perfectos para sus hijas.



Nombre y apellidos
 Empresa..... Cargo.....
 Dirección.....
 Ciudad..... Provincia.....
 Teléfono Fax E-mail

- Deseo recibir la revista CUK
- La recibo ya, modifiquen los siguientes datos erróneos
- No deseo recibir publicidad

Enviar a: GRUPO SADA. Revista CUK
 Dirección de Marketing:
 Ronda de Poniente, 9 - 28760 Tres Cantos (Madrid)

www.sadogrup.com
 www.gruposada.com
 021000000 0000000000
 021000000 0000000000

»»» Inocuidad en la producción de granjas para broilers
 »»» Nutrición para la P.S.A.
 »»» Tronca ginecrist Maguerza

"AECOSAN velará por la seguridad en todas las fases de la cadena alimentaria"
 Foto: P. Rodríguez / Unidad de Gestión y Marketing / AECOSAN

Los datos del presente boletín serán incorporados a un fichero de Grupo SADA, S.A. Sociedad Unipersonal, siendo los destinatarios de los mismos los empleados de esta sociedad. La finalidad de la recogida de sus datos es remitirle la publicación "CUK", así como el envío de publicidad, salvo que rellene la casilla indicando lo contrario. Con el envío del boletín de suscripción, presta su consentimiento para que Grupo SADA p.a., S.A. trate sus datos con las finalidades mencionadas. Es obligatoria la cumplimentación de todas las casillas marcadas con un asterisco y la negativa a suministrar dicha información impedirá que se le pueda remitir la suscripción que solicita. Si desea acceder, modificar, cancelar u oponerse al tratamiento de sus datos, comuníquelo por carta certificada a Grupo SADA p.a., S.A., Sociedad Unipersonal, Dpto. de Marketing, Ronda de Poniente, 9, - 28760 Tres Cantos (Madrid).



FÁBRICACIÓN DE NAVES INDUSTRIALES Y GANADERAS. BARCELOS (PORTUGAL)

Infórmese en: Email: celsoperfil3000@gmail.com

Teléfono: 629 86 86 37




GOMEZ Y CRESPO
www.gomezycrespo.com
Cunicultura industrial





EL POLLO CERTIFICADO MÁS SABROSO

¿Aún no lo has probado?



CARACTERÍSTICAS DE CUK



Periodo de crianza
mínimo de 56 días



Sistema de crianza
certificado



Alimentación 50%
mínimo de maíz

www.pollocuk.com

