



- >> Descubre qué son y cómo se elaboran los principales derivados cárnicos
- >> Una explotación avícola a la última en tecnología y bioseguridad



Guillermina Font, presidenta de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico de AECOSAN

“Las empresas agroalimentarias españolas están lo suficientemente avanzadas en materia de calidad y seguridad alimentaria”



PROBLEMA

Pequeñas cantidades de β -mananos presentes en la harina de soja pueden ocasionar un costoso desperdicio de energía.

Algunos aspectos que usted debe saber sobre los β -mananos y cómo afectan sobre la alimentación en avicultura:

- Los β -mananos (β -galactomananos) son fibras antinutritivas que se encuentran en la harina de soja y otros ingredientes.
- El sistema inmune innato del animal reconoce los β -mananos como un patógeno invasor e inicia una reacción protectora llamada respuesta inmune inducida por el alimento (FIIR).¹
- Esta respuesta inmune innata innecesaria desperdicia energía destinada al crecimiento y rendimiento.^{2,3}

La etiqueta contiene información completa de uso, incluyendo precauciones y advertencias. Siempre lea, comprenda y siga las instrucciones de la etiqueta.

1. Spurlock, M., 1997. "Regulation of metabolism and growth during immune challenge: an overview of cytokine function." J Anim Sci. 75:1773-1783.
2. Klasing, K., Laurin, D., Peng, R. and Fry, M. 1987. "Immunologically Mediated Growth Depression in Chicks: Influence of Feed Intake, Corticosterone and Interleukin-1." J. Nutrition. 117: 1629-1637.
3. Korver, D. 2006. "Overview of the Immune Dynamics of the Digestive System." J. Appl. Poultry Res. 15: 123-135.
4. Lee, J., Bailey, C. and Cartwright, A. 2003. "B-Mannanase Ameliorates Viscosity-Associated Depression of Growth in Broiler Chickens Fed Guar Germ and Hull Fractions." Poultry Sci. 82: 1925-1931.

Elanco®, Hemicell® y la banda diagonal son marcas registradas propiedad de Eli Lilly and Company Limited. © 2014 Elanco, una división de Eli Lilly and Company Limited.

ESBRLHEM00011



RESUELTO

Al romper los β -mananos, Hemicell® minimiza la respuesta inmune inducida por el alimento (FIIR) ahorrando energía que se destinará al crecimiento.⁴

Hemicell® es una enzima ahorradora de energía, única y patentada, para la dieta de sus animales:

- Hemicell® rompe los β -mananos presentes en las harinas de soja y otros ingredientes del pienso.⁴
- Una vez rotos, los β -mananos no pueden desencadenar la respuesta inmune inducida por el alimento (FIIR).⁴
- Hemicell® permite que más energía esté disponible para el crecimiento y rendimiento.⁴

Elanco

Hemicell®

™

Nutreco y SHV: Continuidad en Iberia



Javier Rodríguez
CEO de Nutreco Iberia

Tras la adquisición de Nutreco por parte de la compañía privada holandesa SHV y su salida de bolsa en el Amsterdam Stock Exchange, Nutreco confirma que no habrá cambios estructurales de sus negocios en España y Portugal. Sada, Nanta e Inga Food continuarán desarrollando sus actividades y sirviendo al mercado bajo la unidad de negocio formada recientemente Nutreco Iberia. 3.200 empleos directos, más de 2.000 granjeros en integración, dedicados a porcino y avicultura y un volumen de facturación en 2014 de más de 1.300 millones de euros, nos sitúan como la primera empresa agro-ganadera de la Península Ibérica.

Dentro de un contexto de recuperación de la economía, con unas expectativas de crecimiento interior bruto para el 2015, en España, de 2,4%-3%, podemos decir que el desarrollo de nuestra unidad de negocio, Nutreco Iberia, es prometedor. Con un consumidor más confiado en el futuro y saliendo de la crisis, con más demanda de bienes de consumo y de productos cárnicos que seguirá siendo el motor de las categorías de frescos y el principal componente de la cesta de la compra familiar, se presenta una clara oportunidad de desarrollo para las actividades y negocios de Nutreco Iberia.

Todas nuestras cadenas de producción propias o través de nuestros granjeros terminan en producción de carne y productos cárnicos. Sada, líder del mercado de carne de pollo, cuenta con tecnología puntera en procesamiento avícola, lo que le otorga el máximo nivel de calidad y seguridad alimentaria y le permite continuar con su expansión por el canal de Retailer y Food Service, siendo también la empresa líder en exportación de carne de pollo fresco en España. Nanta es la empresa líder del mercado de piensos compuestos de la Península Ibérica y dispone de las mejores proposiciones de valor para potenciar las producciones de nuestros ganaderos de cualquier especie animal. Inga Food es el segundo productor español de porcino blanco y empresa líder en producción de porcino ibérico.

Tras los cambios vividos recientemente, vamos a disfrutar de una magnífica estabilidad que nos permitirá dedicar nuestro potencial al trabajo y desarrollo de un proyecto sólido y próspero.

de interés

- 4 Noticias de Avicultura
- 10 Noticias de Alimentación
- 14 Noticias de Distribución y Restauración
- 20 Noticias de SADA

la noticia

- 22 Guillermina Font, presidenta de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico de AECOSAN



producción y técnica

- 28 Una explotación avícola a la última en tecnología y bioseguridad
- 33 Descubre qué son y cómo se elaboran los principales derivados cárnicos

distribución y restauración

- 36 Pollería Antonia
- 39 Fet a la Llenya

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 de Marketing & Community Manager: Mónica Sánchez

Colaboradores: Daniel López, Antonio Garrido, Joan Martí, Andrés Pérez y Vicente Talla

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

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

Publicidad: MEDIATARSIS PUBLICIDAD, S.L. - Majadahonda (Madrid) - Tel.: 915 441 550 / 629 422 552 - 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

Un estudio avisa de que peligra la competitividad en el sector avícola europeo

Un informe de la **Universidad de Wageningen (Países Bajos), encargado por la Asociación de Procesadores y Comercializadores de Carne de Pollo Europea (AVEC), revela que si la Unión Europea continúa aumentando las cuotas de importación para la introducción de carne avícola procedente de terceros países y baja los aranceles, la competitividad del sector se reduciría, lo que, en palabras del secretario general de Propollo, Ángel Martín, provocaría “una situación injusta y de inmensa inferioridad”.**

Martín explica que la producción de pollos europea es más costosa que la de los terceros países, porque en Europa existen más normativas que con-

templán el bienestar animal, la seguridad alimentaria o la responsabilidad medioambiental; y es la existencia de aranceles y cuotas lo que mantiene la competitividad de la carne avícola frente a la importación.

Asimismo, el representante de Propollo descarta la conciliación del modelo europeo con el que se aplica en terceros países, como Brasil o Estados Unidos, ya que considera que “son absolutamente irreconciliables, por motivos de cultura y costumbres”.

Por lo que respecta al contrato de integración entre criadores e industriales, que se ha entregado recientemente al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y cuyos puntos principales han sido acordados por el sector y las Organizaciones Agrarias (APAS), la novedad que incluye es

que en la determinación de los pagos se tendrán en cuenta los costes de producción y requerimientos en materia de bienestar animal.

En este contexto, España ocupa el segundo lugar como productor de carne de pollo de la Unión Europea con un 11,8% del total (por debajo de Reino Unido), y su comercio exterior está focalizado en la venta de carne fresca a Portugal, Francia, Italia y Reino Unido. Se importan 190.000 toneladas de carne de pollo al año, mientras que se exportan 130.000 toneladas. Este mercado, que cuenta con una producción de más de 560 millones de pollos y que genera un volumen superior al millón de toneladas, factura alrededor de 2.500 millones de euros y mantiene 100.000 puestos de trabajo aproximadamente entre directos e indirectos.



Ángel Martín, secretario general de Propollo.

ESTÁ EN NUESTRAS MANOS



An Aviagen Brand

LÍDER EN ÍNDICE DE CONVERSIÓN

<< Escanee aquí para saber más o visite nuestra web www.fcrleader.com



An Aviagen Brand

>> ENTRA EN VIGOR EL NUEVO ETIQUETADO PARA LA CARNE DE AVE

El pasado 1 de abril entraron en vigor las nuevas normas de etiquetado para carne fresca, refrigerada o congelada de ovino, caprino, porcino y aves, con las que ya es obligatorio indicar el país en el que el animal ha sido criado y sacrificado. Hasta ahora, la normativa sólo obligaba a especificar el lugar de nacimiento, la cría y el sacrificio en el vacuno, mientras que las otras carnes estaban exentas. En la nueva ley se ha obviado la obligación de indicar el país de nacimiento para no añadir más costes al productor por el tema de la trazabilidad, aunque sí hay que especificar el lugar de sacrificio, puesto que, según la UE, esto puede hacerse con un coste asequi-



ble, y es una información muy valiosa para el consumidor. Ahora bien, si el animal ha nacido, ha sido criado y se

ha sacrificado en el mismo país, es suficiente con poner en la etiqueta el país de origen.

>> EL BOE PUBLICA LOS SEGUROS DE GRANJAS AVÍCOLAS DE PUESTA Y CARNE PARA 2015

El Boletín Oficial del Estado ha publicado las Órdenes AAA/79/2015, para el ganado aviar de puesta, y AAA/83/2015, para el ganado aviar de carne. En ellas se establecen las explotaciones asegurables, las condiciones técnicas mínimas de explotación, el período de garantía, el ámbito de aplicación, las fechas de suscripción y el valor unitario de los animales en relación con el seguro de explotación.

Asimismo, en la de carne se engloban los siguientes tipos de explotaciones: Clase I, destinadas al cebo de pollos; Clase II, dirigidas al cebo de pavos; y Clase III, destinadas al cebo de codornices. Finalmente, el período de suscripción del seguro de explotación de ganado aviar de carne y puesta, que se inició el pasado 1 de febrero, finalizará el 31 de diciembre de este año.

>> BREVES

Juan Carlos Castillejo, nuevo vicepresidente de Veterindustria

La Junta Rectora de Veterindustria ha nombrado a Juan Carlos Castillejo vicepresidente de la patronal española de sanidad y nutrición animal en sustitución de Juan Pascual Beitia, de la compañía Elanco. Castillejo, que ya ocupó con anterioridad este cargo y el de presidente, deberá defender y promocionar el sector español de sanidad y nutrición animal, así como abordar los principales retos a los que éste se enfrenta, como los relacionados con los procesos regulatorios.

XXV Congreso Latinoamericano de Avicultura 2017

Expo Guadalajara (México) será la sede del XXV Congreso Latinoamericano de Avicultura en 2017, según decidió la Asociación Latinoamericana de Avicultores (ALA) en el último congreso en el

que se reunieron sus delegados. Durante el evento, que tendrá un área de exposición estimada entre 5.000 y 7.000 metros cuadrados, se desarrollarán conferencias técnicas sobre sanidad avícola, genética, producción y gestión ambiental, con exposiciones de lo último en equipos y tecnología.

Los representantes de la avicultura rural se reúnen en Zaragoza

El Hotel Palafox de Zaragoza acogió los días 19 y 20 de febrero la Asamblea General 2015 de la Asociación Europea de Aves Rurales (ERPA), integrada por una amplia y cualificada representación de productores y federaciones europeas comprometidos con la avicultura rural. En ella participaron representantes de Comunidades Autónomas, centros de investigación y una destacada asistencia de asociaciones del sector y sindicatos agrarios españoles.

**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

>> NANTA REÚNE A GANADEROS Y TÉCNICOS EN FIGAN 2015

Nanta ha participado un año más en el Salón Internacional para la Producción Animal (Figan 2015), celebrado entre los días 17 y 20 de marzo, con un amplio stand de 165 m² en la zona de exposición, uno de los más visitados por los cerca de 65.000 asistentes a esta cita sectorial.

Atendido por el servicio técnico y comercial de la compañía, el espacio ha servido de lugar de encuentro para los profesionales que buscaban ampliar información sobre los productos y servicios de Nanta, así como intercambiar experiencias e impresiones con otros colegas del sector. La compañía, además, ha organizado varias actividades en el marco de la Feria, entre otras una reunión con sus distribuidores en Aragón y una jornada técnica Komplet para ganaderos de leche de ovino y caprino, que terminó con una cata de quesos de algunos de los productores asistentes y que estuvo guiada por una catadora profesional. De esta forma, la empresa muestra su apoyo al desarrollo sostenible y la profesionalización del sector ganadero español, innovando

continuamente para ofrecer productos y servicios de primera calidad.

Aparte de las novedades de Nanta, los visitantes pudieron conocer de primera mano las principales tendencias del mercado internacional, la maquinaria de última generación o los sistemas y aplicaciones informáticas del sector. Todo ello, además, se vio acompañado por un extenso pro-

grama de actividades, jornadas técnicas, sesiones de trabajo y encuentros para el intercambio de conocimientos y exposición de ejemplos prácticos y experiencias como el XIII Encuentro Nacional de Operadores de Cereales, el XI Congreso de la Federación Iberoamericana de Razas Autóctonas y Criollas, o las sesiones técnicas sobre los retos de SI BIOENERGÍA.



>> LA DIPUTACIÓN REALIZARÁ UN ESTUDIO SOBRE LA AVICULTURA EN LA PROVINCIA DE JAÉN

La Diputación de Jaén ha mostrado su apoyo al sector de la avicultura de esta provincia con su intención de elaborar un informe técnico y un estudio de situación de esta actividad económica, así como con la posibilidad de celebrar un encuentro profesional y unas jornadas formativas que se celebrarán en otoño de este año.

Así se lo han comunicado los responsables de este organismo a los representantes de la asociación que aglutina a una treintena de productores de carne de pollo en la comarca de la Sierra de Cazorla, con quienes han mantenido una reunión. En ella

les han detallado que el estudio pretende proporcionar una radiografía de la situación del sector en la provincia para poner en marcha medidas desde el punto de vista legislativo y económico que permitan mantener esta actividad, e incluso mejorar los ingresos de los empresarios. Asimismo, sobre las jornadas en las que se analizará este estudio, han planteado charlas sobre aspectos relacionados con la innovación en el sector, la sanidad animal y los seguros agrarios, entre otros. Incluso, la intención es reservar un espacio expositivo durante ese encuentro para que empresas relacionadas con el sector puedan dar a conocer sus productos y avances.

El estudio pretende proporcionar una radiografía de la situación del sector en la provincia para poner en marcha medidas desde el punto de vista legislativo y económico

>> AUMENTAN LAS EXPORTACIONES DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE AVES

Según los últimos datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), el conjunto de la exportación animal española aumentó un 29% en febrero de 2015 en comparación con el mismo mes del año pasado.

Entre ellas destacan las exportaciones de aves, cuyo volumen ascendió a 6.041 toneladas, lo que supone un 44% más que en 2014. En cuanto a los destinos, sobresalieron China, Japón, Corea del Sur, Líbano, Sudáfrica y Filipinas.

Asimismo, se aprobaron certificados para la exportación de pollitos de un día y hue-



vos para incubar (Malasia y Benín), carne de ave en conserva (Perú) y se actualizaron los certificados para preparados de aves de corral a Japón. También se actualizaron las listas de establecimientos autorizados para exportar a Japón (carne y cárnicos de porcino), Argentina y Brasil (cárnicos de porcino), Sudáfrica (carnes de aves y porcino), Singapur (productos cárnicos) y Estados

Unidos (carne y cárnicos de porcino).

En cuanto a las novedades de procedimientos de exportación, en Japón entró en vigor una nueva normativa de Listeria para cárnicos con límites de detección como en la UE, y en la Unión Aduanera se procedió a la reapertura de procedimientos para establecimientos interesados en exportar productos de alimentación animal y genética avícola.



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

España desarrolla el Reglamento Europeo sobre información alimentaria facilitada al consumidor

El Consejo de Ministros ha aprobado el Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que da vía libre a la norma general relativa a la información de los alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador y de los envasados por los titulares del comercio al por menor. La finalidad de esta nueva normativa, que desarrolla el Reglamento (UE) 1169/2011, es mejorar la información alimentaria que se facilita a los consumidores, asegurando al mismo tiempo la flexibilidad necesaria para responder a las diferentes modalidades de suministro de los alimentos sin envasar.

Básicamente, mantiene las exigencias de información alimentaria que ya se recogen en el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, para los alimentos sin envasar por el que se aprueba la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios; y establece un tamaño mínimo de letra en las etiquetas de los productos envasados por los titulares del comercio minorista, y se regula la información de los alimentos cubiertos por la norma en los casos de venta mediante comunicación a distancia, en línea con las disposiciones del citado Reglamento.

Por otra parte, regula las modalidades de información alimentaria sobre la presencia de ingredientes que causan alergias e intolerancias, que por

primera vez son exigibles en el caso de los alimentos que se comercializan sin envasar o que se envasan en el punto de venta (como el comercio minorista o la restauración).

Finalmente, permite en determinados supuestos la transmisión de la información sobre los ingredientes que causan alergias e intolerancias, de forma oral, previo cumplimiento de ciertos requisitos adicionales que permitan asegurar que dicha información es verificable, garantizando así un alto nivel de protección de los consumidores.

En definitiva, este Real Decreto redundará en una mejora de la información puesta a disposición de los consumidores y de la calidad del servicio prestado por los establecimientos afectados.



>> EL MAGRAMA HACE PÚBLICOS LOS PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2014

Con el objetivo de reconocer la excelencia de los productos alimentarios españoles y la labor desarrollada por profesionales y entidades que contribuyen a su producción, transformación, utilización, comercialización y difusión, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) ha convocado la XXVII edición de los Premios Alimentos de España 2014, cuyos ganadores ha hecho públicos recientemente. Así, el premio "A la industria alimentaria" es para Grefusa, una empresa familiar situada en Alzira (Valencia), por su apuesta decidida a la innovación, la cualificación tecnológica, el desarrollo de productos y la internacionalización.

El premio "A la restauración", por la promoción de los alimentos de calidad y lo mejor de la gastronomía española, se lo lleva el Restaurante y Catering Hispania, una firma española con sede en Londres.

El galardón "A la producción ecológica" recae en Bodegas Robles, de Montilla (Córdoba), pionera en la elaboración de vinos generosos ecológicos, vinagres y otros alimentos derivados del vino.

Asimismo, la Corporación RTVE recibe el galardón "A la comunicación" por el programa Masterchef, por saber convertir la cocina, la alimentación y la gastronomía en un espectáculo formativo audiovisual que interesa por igual a grandes y pequeños.

Finalmente, la Asociación Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (Interporc) ha sido reconocida con el premio "A la Internacionalización Alimentaria"; la empresa familiar Balfegó Tuna, del Grup Balfegó, se lleva el galardón "A la producción de la pesca y la acuicultura"; y el "Premio Extraordinario Alimentos de España" recae en el periodista agrario y defensor del mundo rural Vidal Maté Herreros.



illabo

COMEDEROS. BEBEDEROS.
SILOS. VENTILADORES.
CALEFACCIÓN. REFRIGERACIÓN.
PAPEL POLLITO.
NAVES LLAVE EN MANO.

PARA EL GRANJERO

Comedero anti-desperdicio
Mayor perímetro
Sencillo montaje y desmontaje

Sencilla regulación
Fácil limpieza
Mayor duración

PARA EL POLLO

Fácil accesibilidad
Menor estrés
Reparto equitativo de pienso

Mejor arranque
Mayor rentabilidad



FIGAN
pabellón 4
calle E-D
nº 53 al 60

ILLABO INTERNACIONAL
Pol. Ind. El Saco Nave 30
50172 Alfajarín • Zaragoza • Spain
Tel: +34 976 10 11 33
illabo@illabo.com • www.illabo.com

>> NADAL PROMOCIONARÁ LOS ALIMENTOS DE ESPAÑA EN EL EXTERIOR

El tenista Rafa Nadal será el protagonista de una campaña de promoción de alimentos españoles en el mundo, puesta en marcha por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. La campaña, que lleva por título *Nacido en España. Admirado en el mundo*, se desarrollará durante dos años. En palabras de la ministra Isabel García Tejerina durante la presentación de la campaña, "el sector agroalimentario español es un número uno en el mundo y queremos la imagen de un número uno como Rafa Nadal, para que fuera nuestro mejor embajador internacional; es la mejor imagen de nuestra mejor España".



La ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, durante la presentación de la campaña *Nacido en España. Admirado en el mundo*.

>> CRECE LA IMPORTANCIA MUNDIAL POR LOS ALIMENTOS NATURALES

Según una encuesta desarrollada por el instituto de investigación de mercados TNS, en nombre del proveedor mundial de colorantes GNT, el 66% de los europeos, asiáticos y americanos dan gran importancia a los productos alimenticios naturales y saludables. Esta encuesta, basada en las entrevistas llevadas a cabo a

cinco mil consumidores de diez países, explora qué entienden éstos por "alimentos naturales", cómo perciben ciertos ingredientes específicos, especialmente los colorantes alimenticios, y cómo evalúan las etiquetas y las alegaciones. Según Hendrik Hoeck, director general de GNT Group, "la tendencia hacia los alimentos e ingredientes naturales está presente en todo el mundo desde hace años. Y ahora nuestra encuesta mundial revela su auténtico alcance". Entre los resultados obtenidos, destaca que en Asia las dos terceras partes de los consumidores están preocupados por la salud, pero carecen de tiempo para averiguar acerca de lo que comen. Para ello, intentan evitar alimentos con aditivos, como los colorantes. Asimismo, en Europa muchos de los consumidores no solo están preocupados con la alimentación saludable, sino que también invierten una cantidad considerable de tiempo y dinero en la selección de los productos adecuados; y además, buscan de forma específica el color natural.



>> MEJORAN LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ESPAÑOL

Tal como recogen los informes sobre producción y comercio exterior elaborados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, el sector agroalimentario español ha logrado alcanzar altas cotas de productividad y amplia representación en los mercados exteriores, con un valor de exportaciones que representa en la actualidad el 17% del comercio exterior, superiores al 15,4% registradas en 2011. De hecho, el pasado año se logró un récord absoluto en comercio exterior, al exportarse productos agroalimentarios, pesqueros y forestales por valor de 40.830 millones de euros, cifra un 3% superior a la del año anterior, y hasta un 23,3% superior a los resultados conseguidos en 2011, año en el que el valor de las exportaciones se situaba en 33.122 millones de euros.

>> LA INDUSTRIA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS, FUNDAMENTAL PARA EL CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN 2014

El año pasado se produjo el relanzamiento de la economía española, y la industria de la alimentación y bebidas ha tenido buena parte de responsabilidad al ser el primer motor económico del país. Así lo ponen de manifiesto las estimaciones del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE), que revelan que el crecimiento anual real de la producción del sector en 2014, ponderando la producción de alimentación y la de bebidas, ha sido del 2,6%. "Este dato es el mejor registrado desde 2005 y sitúa a la industria en el primer lugar del país al facturar más de 90.000 millones de euros anuales y representar el 2,7% del Producto Interior Bruto (PIB) de España", según apuntó Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB, en un acto informativo con periodistas. Además, avalan estos datos el Índice de Producción Industrial (IPI), que para el sector de alimentación cerró diciembre de 2014 con un incremento del 2,7% respecto al mismo mes del año anterior. La cifra de crecimiento en el sector de bebidas sería del 2,2% en el mismo periodo, el más alto de los últimos años. Uno de los pilares fundamentales en los que se basa esto reside en el aumento continuado de las exportaciones. El IVIE registró un incremento anual del 9,3% en diciembre. Y la apuesta por la presencia

en mercados extranjeros continuó al alza durante 2014. De hecho, Estados Unidos, China, Reino Unido y Japón y el sudeste asiático se han convertido en objetivos prioritarios para la industria. Es más, se estima que las exportaciones para esos territorios el año pasado superaron los 4.225 millones de euros. Así, la industria de la alimentación y bebidas aporta mayor crecimiento vía exterior que por demanda interna frente a lo experimentado por el resto de áreas de la economía del país. Por otro lado, García de Quevedo hizo pública la evidente mejora en los ratios de empleo en el sector. "2014 se cerró con una afiliación anual media a la Seguridad Social de 380.077 trabajadores, lo que representa un incremento anual del 1,8% frente a 2013", destacó. Los datos refrendan, por tanto, la consolidación de la industria dentro de una evolución positiva. A tenor de los datos expuestos, el director general de FIAB aseguró que "todos estos indicadores reflejan que se está en el camino correcto para cumplir los objetivos generales del Marco Estratégico de la Industria, lanzado en marzo de 2014 de la mano del gobierno español, enfocados a alcanzar un crecimiento sostenible en ventas netas del 4% anual y la creación de 60.000 puestos de empleo sostenibles con el horizonte puesto en 2020".

>> LOS CONSUMIDORES ELIGEN LOS ENVASES DE PAPEL PARA LOS PRODUCTOS FRESCOS

Según un estudio llevado a cabo por la empresa YouGov en Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia y España, los consumidores prefieren utilizar envases fabricados con papel a la hora de comprar productos de alimentación y frescos. De los 7.086 encuestados, 4.857 indicaron que se fijaban en el tipo de envase en el que se almacenan los alimentos y se colocan en los lineales. El sondeo daba a elegir entre envases fabricados con papel o con plástico: de estos 4.857 consumidores, el 68% prefirió los envases producidos con papel, frente al 32% que optaba por los de plástico. Asimismo, se preguntó a estas mismas personas en qué medida se vería afectada su intención de compra en alimentación, y especialmente en frescos, en igualdad de precio y calidad, en una tienda que utilizara envases papeleros comparada con otra que utilizara envases de plástico. Entre los encuestados, el 41% respondió que su intención de compra no se vería afectada. Si bien, entre la mayoría restante de consumidores, el 85% indicó que se decantarían por los productos envasados y expuestos en envases hechos de papel.



fiabilidad para su material
avícola

symaga@symaga.com

www.symaga.com

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

FIGAN
17-20 de Marzo
Hall 4, Stand 35-42

symaga
Growing together in all fields

Los supermercados atisban claros signos de recuperación del consumo en 2015

Durante la celebración de su Jornada Empresarial Nueva sociedad, nueva economía, nuevo consumidor, la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES) ha destacado que en los primeros meses del año se está percibiendo un cambio de tendencia en los consumidores españoles. “El año 2015 ha entrado con claros signos de recuperación del consumo”, apuntó su presidente, Aurelio del Pino. A continuación, valoró la estrategia de las cadenas de supermercados, las cuales están apostando “fuertemente por el mercado español, lo que se traduce en un aumento de las inversiones hasta el 2% sobre la facturación, estimada ésta en 12.000 millones de euros en 2014. Todo ello sin contar con las inversiones realizadas por los establecimientos franquiciados, que ya suponen un 30% de los 3.000 establecimientos que tienen las empresas de ACES en todo el territorio nacional y que suman un total de 1.750.000 metros cuadrados de superficie comercial. El directivo también hizo referencia al empleo, para quien la estabilización de la



demanda permitió en 2014 su mantenimiento. “Nuestros asociados cuentan con más de 62.000 trabajadores, de los cuales el 85% lo son con contratos indefinidos y casi el 70% con contratos a tiempo completo”, apuntó. En este sentido, la meta sigue siendo prestigiar el trabajo del sector, acercar las cualificaciones y la formación a las necesidades de las empresas y construir un marco de relaciones laborales moderno acorde con las necesidades de las empresas y de los trabajadores.

Sobre el debate en torno a la mejora de la cadena alimentaria, Del Pino comentó que “nunca se ha tenido tanta información sobre el funcionamiento de todos los eslabones”. A su juicio, el Código de Buenas Prácticas en el que las organizaciones llevan meses trabajando “deber ser un instrumento útil para las empresas que lo firmen, y esto solo es posible si se solucionan problemas prácticos en las relaciones comerciales sin añadir cargas administrativas innecesarias”.

>> DIA LANZA LA ENSEÑA LA PLAZA Y SE CONSOLIDA EN ESPAÑA

La cadena de supermercados Dia ha puesto en marcha un nuevo formato de supermercado con el nombre de La Plaza, en línea con su estrategia de seguir apostando por el desarrollo de la compra de proximidad, con especial atención al producto fresco.

La compañía aprovecha de esta forma la reciente compra de más de 140 locales a Eroski, la mayoría situados en Madrid y Andalucía, para apostar más por impulsar este tipo de artículos. La primera tienda

se ha inaugurado en Almería, para la que se han formado a 27 profesionales en las escuelas de DIA en Andalucía; y su número se irá ampliando progresivamente por distintas provincias de España, comenzando por Madrid, donde se inaugurará uno nuevo antes del verano.

Por otro lado, Dia afianza su presencia en nuestro país tras con la apertura de 17 nuevos establecimientos, de los cuales cinco son tiendas propias y doce operarán en régimen de franquicia, en las comunidades de Andalucía, Aragón, Castilla y León,

Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Navarra. Las nuevas tiendas operarán bajo las enseñas de Clarel, Dia Maxi, Dia Market y Cada Dia. Por otro lado, durante el mes de marzo, la enseña ha reconvertido a Clarel 73 de las tiendas Schlecker que la compañía tiene en España. Con estas aperturas y reconversiones, la empresa presidida por Ana María Llopis creará unos 139 puestos de trabajo y consolida su presencia en el mercado nacional, donde, a cierre de 2014, contaba con 4.781 establecimientos en España.

>> SUPERMERCADOS DIA BUSCA MÁS DE 500 CARNICEROS Y PESCADEROS PARA SUS ESTABLECIMIENTOS DE TODA ESPAÑA

El grupo Dia ha iniciado la búsqueda de más de 500 personas especializadas en la gestión y manipulación de productos perecederos para apoyar la evolución de sus formatos de tiendas. Concretamente, la firma apuesta por incorporar nuevos profesionales con conocimiento en las secciones de carnicería y pescadería en todo el territorio nacional.

Este paso se debe a la apuesta de la compañía por evolucionar hacia un formato de tienda con una mayor presencia de estos productos frescos, enfocada a facilitar la compra más completa para sus clientes, siempre desde la proximidad y la cercanía.



Paralelamente a estas contrataciones, durante el 2014, la cadena de distribución ha invertido cerca de 13.000 horas en formación para las 300 personas que trabajan ahora en las secciones de productos frescos, principalmente

fruta, carnicería y charcutería. La enseña ha destacado el valor que aportan los equipos y el centro de formación existente en Valladolid pertenecientes a la cadena adquirida el pasado año, El Árbol, en esta evolución.



 **exafan**
Todo un mundo Agropecuario

EQUIPAMIENTO Y CONSTRUCCIÓN

NAVES LLAVE EN MANO

- ✓ Broilers
- ✓ Recría de reproductoras
- ✓ Reproductoras pesadas
- ✓ Gallinas de huevo comercial

Los departamentos de construcción e ingeniería de EXAFAN realizan un estudio personalizado de las necesidades del cliente, de forma que el éxito quede asegurado.

EXAFAN S.A.: Tel: +34 976 694 530
E-mail: exafan@exafan.com
www.exafan.com



VENTILACIÓN

REGULACIÓN

ALIMENTACIÓN

CONTROL DE VENTANAS Y ENTRADAS DE AIRE

REFRIGERACIÓN CALEFACCIÓN

ALOJAMIENTO

distribución y restauración

>> EL CORTE INGLÉS MEJORA LA EXPERIENCIA DE COMPRA CON UN NUEVO CARRO MÁS CÓMODO Y ERGONÓMICO

El Corte Inglés ha estrenado en sus supermercados un nuevo carro de la compra más ligero, compacto y manejable que permite al cliente hacer la compra de una forma más cómoda y fácil. Este carro ergonómico se adapta perfectamente al nuevo estilo de compra y a los nuevos formatos de

tienda, facilitando a los clientes la movilidad por el supermercado y su manejo. En este sentido, la empresa ha tenido especialmente en cuenta a aquellas personas con movilidad reducida o que precisan de un carrito más acorde a sus necesidades. El nuevo carro de la compra está fabricado de metal y plástico, tiene una capacidad

de 100 litros, posee un asa perimetral y un giro de ruedas de 360 grados que permite manejarlo desde los cuatro lados, dejando las esquinas libres. Facilita también la descarga directa en la línea de caja sin necesidad de que el cliente tenga que agacharse y cargar con el peso de los productos.

La empresa encargada de su diseño es Araven, una firma aragonesa líder en el sector del transporte de compra en los supermercados, siendo la primera en lanzar la cesta de la compra con ruedas y asa telescópica en 2005.

Los 600 carros de la compra que, por el momento, ha adquirido El Corte Inglés están conviviendo actualmente con los tradicionales en los supermercados del Grupo y se pueden encontrar en 14 centros, con una gran acogida entre los clientes. Esta iniciativa se enmarca dentro de la política de innovación y servicio al cliente que siempre ha distinguido a El Corte Inglés como referente en el sector de la distribución española.



>> CARREFOUR CONTINÚA REFORZANDO SU SURTIDO CON PRODUCTOS DE EMPRESAS REGIONALES Y LOCALES

Durante la celebración de la XIV Jornada Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas Agroalimentarias Españolas, evento presidido por Isabel García Tejerina, ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Rafael Arias-Salgado, presidente de Centros Comerciales Carrefour, ha defendido el compromiso de este grupo de distribución con las empresas regionales y locales de nuestro país. "Sus productos nos ayudan a adaptar nuestro surtido a los gustos y costumbres de las diferentes localidades en las que estamos implantados", explicó.

La compañía trabajó durante 2014 con más de 9.400 empresas españolas, de las que 4.000 son pequeñas y medianas y 1.800 son compañías regionales y loca-



En el centro, la ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, durante la XIV Jornada Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas Agroalimentarias Españolas.

les, principalmente del sector agroalimentario. Para fomentar este apoyo, realizó el año pasado un total de 16 campañas específicas, en las cuales han participado 800 pymes con más de 3.500 produc-

tos. Como resultado de estas acciones, se ha conseguido que, hasta el mes de diciembre de 2014, se superaran los 17,7 millones de visitantes a estas muestras monográficas.

>> MERCADONA DESTINA 149 MILLONES A CRECER MÁS EN CATALUÑA

Mercadona apuesta por el crecimiento en Cataluña con la apertura de nuevos supermercados y un bloque logístico en Abrera (Barcelona), así como con la ampliación de su plantilla. Pero ello ha realizado una inversión de, hasta el momento, 148,9 millones de euros en esa comunidad autónoma. A ello se une la que han realizado los fabricantes interproveedores catalanes, que ronda los 95 millones durante 2014, un esfuerzo económico que supone un 11,6% superior al que realizaron en 2013. Paralelamente a todo esto la firma se ha gastado en el último año 3.349 millones de euros en compras realizadas a sus proveedores. En este sentido, la cadena mantiene relaciones comerciales con 1.832 pymes, que emplean a 34.368 personas. Asimismo, los 16 interproveedores catalanes de la compañía dan trabajo a 4.712 personas.

>> CONDIS APORTA MÁS DE 540 TONELADAS DE PRODUCTOS A BANCOS DE ALIMENTOS EN 2014

El grupo de distribución Condis aportó 542.152 kilos de productos a los bancos de alimentos de Cataluña y Madrid a lo largo de 2014 a través de dos vías. La primera fue el resultado de la campaña "El Gran Recapte d'Aliments", que tuvo lugar los días 28 y 29 de noviembre, y en el que se recogió un total de 454.080 kilos de productos, un 20% más que el año anterior.

La segunda es mediante donaciones esporádicas de alimentos en Cataluña hasta un total de más de 45.000 kilos, la entrega de más de 43.000 kilos de excedentes alimentarios procedentes de tiendas propias.

"En este último caso, se trata de productos con plenas garantías de seguridad para el consumo, pero no aptas para la venta, por razones de merma, rotura del embalaje o proximidad a la fecha de consumo



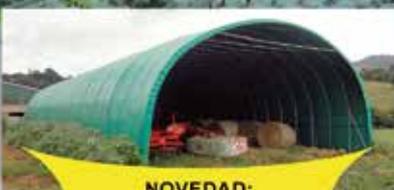
preferente", explican fuentes de la compañía.

Estos productos son entregados a asociaciones cercanas, previamente validadas por el propio Banco de Alimentos, que recogen los excedentes alimentarios y los hacen llegar a las familias y personas en riesgo de exclusión social, también dentro del entorno próximo.

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



INSTALACIONES AGROPECUARIAS COSMA, S.L.

distribución y restauración

>> SALÓN H&T CONSIGUE RÉCORD DE VISITANTES

La decimoséptima edición del Salón del Equipamiento, Alimentación y Servicios para Hostelería y Turismo, H&T, reunió entre los días 15 y 17 de marzo en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) a más de 8.000 profesionales de la hostelería y el turismo. El evento contó con la presencia de empresarios, gerentes de todo tipo de establecimientos hosteleros, directores comerciales, jefes de compras, jefes de cocina o gobernantes de hoteles, entre otros; y atrajo a más de 200 empresas proveedoras de servicios y equipamiento para hostelería y hotelería, un 30% más que en la última edición.

Como novedad este año, se celebró el I Congreso Sabor a Málaga, que reunió en total a 4.200 asistentes y contó con más de 150 encuentros profesionales; además del II Foro Gastroarte, que congregó a los chefs Jordi Bataller, Willy Moya, Rui Junior, Fernando Limón, Amador Fernández y Sergio Garrido para abor-



dar en directo los secretos de diferentes cocinas del mundo.

Junto a la zona expositiva, el salón contó con un programa de actividades paralelas con conferencias y mesas redondas, exhibiciones, presentaciones de empresas y productos, catas y concursos. En total, fueron siete talleres y doce degustaciones de diferentes elaboraciones, realizadas por los cocineros y que incluyeron maridaje con vinos, licores autóctonos y cervezas.

Asimismo, tuvo lugar una charla sobre

seguridad alimentaria y ambiental en restauración organizada por Laboratorios Sayco; y el VI Concurso Profesional de Coctelería para jefes de bares, jóvenes barmen y alumnos de escuelas de hostelería, organizada por la Asociación de Barmen Málaga-Costa del Sol.

El éxito del Salón ha reafirmado a sus organizaciones la necesidad de cambiar la periodicidad del mismo, que pasa a ser anual, puesto que hasta ahora era bienal. Así, la próxima edición se celebrará los días 13, 14 y 15 de marzo de 2016.

>> SIMPLY SUPERA LOS MIL MILLONES DE EUROS EN VENTAS EN 2014

La cadena de supermercados Simply cerró 2014 con una facturación de 1.095 millones de euros, un 0,4% más que el año anterior. Además, acabó el ejercicio con 270 centros bajo las enseñas Simply Basic, Simply City, Simply Market, Hiper Simply y Simply Store, de los cuales 127 son supermercados propios y 143 franquiciados, y cuenta también con 19 gasolineras.

Durante el año pasado también realizó inversiones por valor de 20 millones de euros, principalmente en reformas, procesos de innovación y en la apertura de dos supermercados propios en Bilbao y Madrid; así como acometió un

importante plan de reformas con la actualización y modernización de 17 centros. Además, llevó a cabo la implantación del nuevo modelo de carnicería y charcutería en 21 supermercados y desarrolló el nuevo formato de perfumería y parafarmacia en seis centros.

Al final del ejercicio, Simply contaba con 6.500 empleados, de los cuales 5.600 pertenecen a supermercados propios y 1.100 a franquiciados. El 90% de ellos poseen contrato indefinido y entre todos realizaron 37.754 horas de formación.

SIMPLY
supermercados

>> EL GASTO EN RESTAURACIÓN EN ESPAÑA CRECERÁ MÁS DE 2% ANUAL HASTA 2018

Según el estudio Sector de la restauración 2014, elaborado por The Ostelea Business School & Hospitality, el gasto en restauración en España se cifró en 38.300 millones de euros el año pasado, un 1,6% más que en el ejercicio anterior, lo que se traduce en el primer crecimiento tras cuatro años de caídas. En este sentido, los españoles gastaron el pasado año una media de 837 euros en restaurantes. Extremadura fue la comunidad autónoma con mayor desembolso, seguida de Castilla y León, mientras Murcia y Madrid presentaron el gasto más bajo. El informe también recoge una previsión para el periodo 2015-18, y augura que

la cuantía destinada por los consumidores a estos establecimientos crecerá un 12% en los próximos cuatro años, con una media anual superior al 2%. De esta forma, la media se incrementará hasta

los 934 euros por habitante. Extremadura seguirá encabezando la lista y será la región con el gasto más elevado por habitante, y Ceuta y Melilla ocuparán el último puesto seguido de Murcia.



Expertos en equipos para gallinas reproductoras

- Climatización
- Distribución de agua
- Sistemas de alimentación
- Ponederos

Expertos en soluciones integradas, con una amplia gama de productos para equipar tu explotación.

Nuestra larga experiencia de más de 20 años con Gallinas Reproductoras, son la garantía que te ofrecemos: los mejores equipos y productos, testados y probados a lo largo de mucho tiempo, para que trabajes con la máxima fiabilidad y seguridad.



Una inversión acertada, siempre es una **apuesta rentable.**

ROXELL

Sistemas de alimentación

NestFarms

Ponederos

Fancom

Climatización

PLASSON

Distribución de agua

NEW FARMS

973 130 292 · www.new-farms.com

Grupo SADA, presente en la III Feria Horeca de Frigorsa

Frigoríficos Ortiz (Frigorsa) y Audens Food organizaron el pasado 10 de marzo la III Feria Horeca 100% en el Hotel Villa Pasiega de Hoznayo (Cantabria), en la que se dieron cita más de 500 visitantes, lo que supone un significativo aumento de la afluencia de profesionales en comparación con la edición anterior.

La feria acogió una muestra representativa de los productos alimenticios de una gran variedad de fabricantes del sector, entre los que se encontraba Grupo SADA. La compañía aprovechó la ocasión para dar a conocer a los asistentes su gama de ultracongelados, que abarcan desde pollos enteros, hasta todo tipo de despiece ICQ como alas, cuartos traseros o jamoncitos; pasando por los productos elaborados como brochetas, pechugas empanadas o nuggets, entre otros muchos.



De izquierda a derecha, Javier Martínez, Carol Ortiz, Isabel Ortiz, María Ortiz y José Celis, equipo de dirección de Frigorsa.

Como complemento a lo anterior, Frigorsa organizó diferentes actividades que gustaron bastante a los asistentes, como la grabación de un programa de televisión, denominado

“Cocinando con Yeyo”; o el sorteo de una Playstation 4 y de una estancia para dos personas en el hotel donde se celebró el evento, incluyendo cena, desayuno y circuito de spa.

>> GRUPO SADA COLABORA EN UN PROYECTO DE AYUDA A LOS NIÑOS CON CÁNCER

Grupo SADA ha empezado a colaborar con una aportación económica con Poción de Héroes, un proyecto que facilita a los niños con cáncer el duro proceso del tratamiento y les hace la estancia en los hospitales más llevadera.

Cuando el niño empieza su tratamiento, los equipos del hospital le entregan el Catálogo de Héroes, en el que podrá escoger a su personaje favorito, entre tres chicos y tres chicas. El personaje elegido ayudará a los pequeños a luchar contra Villanus, la

célula cancerígena, prestándoles sus súperpoderes y acompañándoles durante su tratamiento. Una vez elegido su personaje favorito, el niño recibirá un maletín de poderes de su héroe preferido, el cual contiene material para que el niño viva una aventura de héroe durante su tratamiento, y que incluye:

- Carta firmada por el héroe que explica al niño su misión y cómo debe utilizar los elementos del maletín.
- Cómic en el que cada personaje vivirá una aventura luchando contra Villanus y venciendo su batalla.

- Pegatinas de héroe, que también tiene el personal de enfermería para poner en la bolsa de quimioterapia.
- Chapa de tamaño XL con la insignia del héroe para que el niño la ponga en su pijama o camiseta.
- Pasaporte de héroe para sellar cada sesión de tratamiento, acreditando una nueva batalla ganada a Villanus.
- Peluche del héroe que le acompañará durante su tratamiento.
- Póster del héroe para decorar su habitación.
- Bolsa de chuches que darán “energía” al héroe y, además, están riquísimas.

>> SADA ANDALUCÍA PONE EN MARCHA EL PROGRAMA PLAN FAMILIA

La delegación de Grupo SADA en Andalucía ha puesto en marcha el Plan Familia, con la colaboración de la Fundación Adecco. Esta iniciativa, que se desarrollará desde el mes de mayo y hasta final de año, consiste en un programa de orientación y asesoramiento dirigido a aquellos empleados que tienen familiares con discapacidad a su cargo, lo cual refuerza las políticas de conciliación y las estrategias de las empresas familiarmente responsable como Grupo SADA.

De esta forma, consultores expertos en discapacidad e integración socio-laboral orientan y asesoran al beneficiario y a su entorno familiar y social mediante un plan de acompañamiento e intervención personalizado que responde a sus principales necesidades.



Los beneficiarios son los miembros de la familia del trabajador de la compañía que cumpla los requisitos requeridos (tener familiares dependientes con minusvalía del 33% o superior) y que más necesiten esta ayuda, que se determi-

nará en función del grado de minusvalía, vínculos familiares, vulnerabilidad, recursos económicos, etc. Este plan, que será personalizado, se enmarca en cinco áreas de intervención: clínica/médica, familiar, social, formativa y laboral.

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.

GUILLERMINA FONT

Presidenta de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico de AECOSAN

“LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS ESTÁN LO SUFICIENTEMENTE AVANZADAS EN MATERIA DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA”

Licenciada en Farmacia por la Universidad de Granada y Catedrática de Toxicología en la Universidad de Valencia, Guillermina Font Pérez ha sido nombrada recientemente presidenta de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN). Desde sus inicios, su carrera profesional ha estado relacionada con la evaluación de riesgos toxicológicos en el ámbito de la seguridad alimentaria, materia sobre la cual hemos tenido la oportunidad de hablar con ella en esta entrevista.



DAVID MARCHAL

Cuáles serán sus funciones al frente de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico de AECOSAN?

Mis funciones serán presidir la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico, que es el órgano encargado de proporcionar el asesoramiento necesario para que AECOSAN lleve a cabo las actividades que le son encomendadas, y moderar las reuniones del comité de expertos, que son al menos cuatro anuales. En este sentido, el Comité Científico asume el rol de proporcionar dictámenes en materia de seguridad alimentaria y nutrición, definir el ámbito de los trabajos de investigación necesarios para sus funciones, y coordinar los trabajos de los grupos de expertos que realizan actividades de evaluación de riesgos alimentarios en el marco de las actuaciones de la Agencia.

¿Qué labor desempeña esta Sección y cómo se estructura internamente?

La Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición lleva a cabo la evaluación de

riesgos relacionados con los alimentos y está integrada por 20 miembros de reconocida competencia científica en ámbitos relacionados con la seguridad alimentaria y nutrición tales como Toxicología Alimentaria, Microbiología, Virología, Parasitología o Zoonosis Alimentarias, Epidemiología Humana y Animal, Biotecnología y Modificación Genética, Inmunología y Alergología, Nutrición Humana, Farmacología, Procesos Tecnológicos Alimentarios o Análisis e Instrumentación. Los miembros del Comité Científico son nombrados por el Consejo de Dirección por un período de dos años renovable, de acuerdo con criterios de excelencia, adecuación a las funciones requeridas, independencia y disponibilidad objetiva para el adecuado ejercicio de su función. Para elaborar los informes se nombra a un coordinador y se forman grupos de trabajo en los que, en ocasiones, participan expertos externos.

¿Cuáles son los retos a los que se va a enfrentar como presidenta de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición?

La sección lleva a cabo informes sobre temas de interés a petición del Consejo de Dirección de la Agencia, relacionados con

la evaluación de riesgos químicos, físicos, biológicos y nutricionales, y es responsabilidad de la presidenta coordinar el trabajo de los miembros de cada grupo para que se realicen adecuadamente. Esta labor esta facilitada porque la Agencia cuenta con un muy buen equipo de profesionales que articulan y asesoran para el desarrollo de estos estudios y porque los miembros del Comité son expertos cada uno en su campo, lo que conduce a una visión pluridisciplinar en sentido amplio.

¿Cree que el sector agroalimentario español y las empresas que lo conforman están lo suficientemente avanzados en seguridad alimentaria?

Hay suficientes indicadores que ponen de manifiesto que el sector agroalimentario, cuarto de la Unión Europea, y las empresas alimentarias están lo suficientemente avanzadas en calidad y seguridad alimentaria por el incremento registrado de las exportaciones agroalimentarias españolas en los últimos años y la previsible tendencia al alza. Esto muestra la fortaleza de un sector productivo que sigue alcanzando récords de comercio exterior y posicionando nuestro país como referente en produc-



Proyectos logísticos a medida



tos alimenticios. La internacionalización supone un cambio de mentalidad para los empresarios, ya que para competir en este entorno las empresas deben ofrecer garantía de calidad y trazabilidad; y por los resultados se observa que se está consiguiendo.

“La alimentación es una de las principales fuentes para la creación de bulos y mitos, especialmente en Internet y las redes sociales”

¿Cuáles serían las materias a las que, a su juicio, el sector debería prestar una mayor atención en este sentido?

Es importante una adecuada información sobre alimentación y salud, sobre todo si se tiene en cuenta que la alimentación es una de las principales fuentes para la creación de bulos y mitos, especialmente en Internet y las redes sociales. Es de destacar el crecimiento del mercado de nuevos alimentos y complementos alimenticios, así como de nuevos materiales de envasado y tecnologías de procesado, por lo que el sector debe prestar atención a la interrelación entre seguridad alimentaria y hábitos de la población del siglo XXI. En ese sentido, desde la AECOSAN se están haciendo esfuerzos en realizar informes sobre la seguridad de uso de complementos alimenticios que permitirán dar mayor seguridad tanto a los consumidores como a los fabricantes de estos productos.

En el ámbito de la toxicología, ¿cuáles son las principales aportaciones que se puede hacer a la seguridad alimentaria?

Las principales aportaciones son la evaluación de riesgos de los agentes

químicos, físicos y biológicos, porque sin conocer qué agentes presentes en los alimentos pueden afectar la salud, cómo, cuánto, dónde y por qué se encuentran en los alimentos, no se pueden tomar medidas preventivas para tratar de evitar, o al menos minimizar, los riesgos de los consumidores, y especialmente en los grupos de población más susceptibles como niños, embarazadas, ancianos y pacientes con patologías crónicas.

¿A través de qué herramientas se pueden detectar problemas en los alimentos?

Son de distinta índole. Por una parte, se dispone de una red de alerta alimentaria. La gestión de la red se efectúa a escala nacional a través del Sistema Coordinado de Intercambio Rápido de Información (SCIRI) que se encuentra integrado en la red europea RASFF. En el SCIRI participan, además de la AECOSAN, que es la coordinadora na-

cional, las autoridades competentes en materia de seguridad alimentaria de las Comunidades Autónomas y de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla, el Ministerio de Defensa (a través de la Inspección General de Sanidad de la Defensa), la Comisión Europea (a través de la Dirección General SANTE) y la Subdirección General de Sanidad Exterior, Dirección General de Salud Pública, Calidad e Innovación del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para las notificaciones de riesgos relacionados con la importación de productos alimenticios procedentes de países terceros. Además, participan otra serie de organismos y organizaciones mediante convenios de colaboración específicos en el marco del SCIRI.

¿Podría describir cuál es el protocolo que se sigue cuando se detecta que un alimento no cumple las medidas adecuadas de seguridad alimentaria?



Ante la detección de un problema, a través de la red se puede realizar la rápida localización de los productos implicados y la adopción de las medidas adecuadas para la retirada inmediata del mercado de los mismos, sin afectar a los productos que por su similitud con los que han provocado la alerta pudieran verse involucrados, lo que generaría importantes perjuicios a los operadores económicos implicados. En el portal de AECOSAN se encuentran las memorias anuales de todas las incidencias relacionadas con los alimentos y piensos en Europa. La base primordial del protocolo es el intercambio rápido de información sobre aquellos productos alimenticios que pudieran tener repercusión directa en la salud de los consumidores.

¿Considera que los consumidores están lo suficientemente informa-

dos y concienciados de los riesgos de la alimentación?

Los consumidores están concienciados sobre que los alimentos influyen sobre la salud a medio y largo plazo y las nuevas tecnologías proporcionan una información más que suficiente; pero otra cuestión es la adecuada interpretación que conduzca a comportamientos saludables, ya que los consumidores en general no poseen conocimientos en nutrición. Las encuestas nutricionales que realizó la Agencia en 2011 pusieron de manifiesto que la dieta actual española es de tipo occidental que se aparta cada vez más del patrón alimentario mediterráneo. Esta separación es menor de lo que cabría esperar gracias al alto consumo de pescado de la población española. Los datos mostraban ingestas muy bajas de

“Las encuestas nutricionales pusieron de manifiesto que la dieta actual española es de tipo occidental, apartada cada vez más del patrón alimentario mediterráneo”



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



Silos metálicos tipo granja



Diseño y montaje de naves



Proyectos llave en mano



www.siloscordoba.com



En breve

- Una canción: Sinfonía nº5 de Mahler
- Un libro: La ridícula idea de no volver a verte, de Rosa Montero
- Una película: Cualquiera de Woody Allen
- Una serie de televisión: Isabel
- Un plato: Paella
- Una app: Whatsapp
- Un lugar para perderse: En la playa del pueblo
- Un consejo: El camino del progreso no es rápido ni fácil (M. Curie)
- Le encanta: Pasear por la orilla del mar
- No soporta: Intolerancia

que hacer más esfuerzos en políticas de educación sanitaria a todos los niveles.

“Los hábitos alimentarios saludables generan beneficios a lo largo de todas las etapas de la vida”

¿Cree que los consumidores tienen una mayor preocupación por conocer las características de los alimentos que consumen? ¿Por qué?

Cuanto mayor es su nivel de formación, mayor es su preocupación por conocer la composición de los alimentos, la tecnología empleada para su producción y conservación, así como los aditivos alimentarios utilizados. Se dispone de información suficiente para conocer que las dietas no saludables están vinculadas a causas de muerte en el mundo

verduras, hortalizas, frutas y sus derivados, ingestas bajas de cereales principalmente refinados, y un alto consumo de carnes y sus derivados y de produc-

tos elaborados con alto contenido en sodio, grasa y azúcares añadidos. Esto indica que la información y concienciación no son suficientes y que se tendrá



como son el sobrepeso y la obesidad, la presión arterial alta, y las alteraciones en los valores de colesterol y glucosa en sangre. Sin embargo, es una creencia generalizada que con medicación no es necesario preocuparse de la dieta, o a pesar de la preocupación, es tarde cuando se ponen de manifiesto patologías que podrían prevenirse o mejorarse con una alimentación adecuada. Debe difundirse que los hábitos alimentarios saludables generan beneficios a lo largo de todas las etapas de la vida.

Por último, ¿qué opinión le merece el nuevo etiquetado de alimentos que entró en vigor a finales del año pasado?

Es muy interesante, porque introduce como novedad un etiquetado obligatorio sobre información nutricional para la mayoría de los alimentos transformados. Los elementos a declarar de forma obligatoria son: el valor energético, las grasas, las grasas saturadas, los hidratos de carbono, los azúcares, las proteínas y la sal. Todos estos elementos deberán presentarse en el mismo campo visual y podrá incluirse la indicación de porción y señalizaciones con símbolos tipo semáforo. Se tendrá que esperar a comprobar los comportamientos de los consumidores frente a estas etiquetas, para lo que deberán realizarse estudios dentro de unos dos años.



RAINMAKER

www.bigdutchman.de

Paneles de Plástico

Big Dutchman presenta la nueva generación de paneles de polipropileno.

Ventajas:

- | Paneles utilizables para cualquier sistema
- | Disponibles en espesores de 10cm y 15cm
- | Fácil limpieza con alta presión y ácido cítrico
- | Vida útil considerablemente mas larga que los de celulosa
- | Mejor rendimiento a pesar de suciedad y cal
- | Material más robusto y resistente a rayos UVA

Big Dutchman Ibérica, S.A., C/Fco Medina y Mendoza Parcela 13 Poligono nº1, Cabanillas del Campo, CP.19171 Guadalajara/España, Tel: +34 949 232801, Fax: +34 949 232251, iberica@bigdutchman.com



Big Dutchman.

>> MONTES DEL PALANCIA

Una explotación avícola a la última en **tecnología** y **bioseguridad**



De izquierda a derecha: Paloma Bronchal, veterinaria; Juan Antonio Martínez, técnico de la explotación; Teodoro Collado, gerente de la empresa; Nacho Guardiola, responsable de la explotación; y Vicente Talla, director de la División Valencia de Sada Producciones Ganaderas.



Ubicada en Puebla de Valverde (Teruel), a mil metros del nivel del mar, se encuentra la granja Montes del Palancia, una de las explotaciones avícolas más grandes de España, con 17 naves divididas en tres núcleos y una capacidad de 550.000 pollos. Además, está equipada con los últimos avances tecnológicos y medidas de bioseguridad para conseguir una crianza idónea de cada camada.



DAVID MARCHAL

Más de veinte años lleva Teodoro Collado, gerente de la empresa Montes del Palancia, en el sector de las granjas avícolas colaborando con Grupo SADA. Por aquel entonces puso en marcha una nave en Jérica (Castellón) para dar servicio a esta integradora, a la que siguieron con el paso de los años seis más. “El negocio que fuimos generando lo hemos sabido reinvertir en el propio negocio”, confirma Collado. Gracias a esta estrategia, hace unos cinco años decidió impulsar un nuevo proyecto que aglutinara en una misma finca 17 naves, distribuidas en tres núcleos. Para ello eligió una ubicación idónea para la cría de pollos. “Escogimos un terreno en el término municipal de Puebla de Valverde, porque no tenía ningún tipo de carga ganadera alrededor. Además, está situado en una loma, muy bien ventilado y con un clima seco que beneficia mucho al pollo”, explica el gerente de la empresa. Una vez escogida la localización,

presentó el proyecto al INAGA (Instituto Aragonés de Gestión Ambiental), quien se lo autorizó para su realización en un plazo máximo de tres años. De esta forma, comenzaron con la construcción del primer núcleo compuesto por tres naves hace dos años; el año pasado finalizaron el segundo, con siete naves; y finalmente, hace varias semanas pudieron abrir el tercero, que se compone de cinco naves más. “Acabamos de finalizar ahora el proyecto tal y como fue concebido en sus inicios. De esta forma, cumplimos nuestras expectativas con una capacidad de unos 550.000 pollos, cerca de 33.000 por nave, lo que equivale a 3,5 millones de aves al año”, afirma.

MODERNAS INSTALACIONES

Desde la propia concepción del proyecto, en el ánimo de Teodoro Collado siempre estuvo presente el contar con unas instalaciones tecnológicamente muy avanzadas. Para ello confiaron en la experiencia de la empresa Exafan, que ha sido quien ha construido todas las naves con los

Montes del Palancia es un buen ejemplo de una explotación avícola que cumple con todas las medidas de bioseguridad

Optimice el rendimiento de su granja de broilers



- Climatización.
- Distribución de agua.
- Sistemas de alimentación.

Garantizamos un excelente arranque de la manada, la clave para una óptima producción.



Si lo que buscas es la máxima rentabilidad de tu explotación avícola, necesitas un equipo que garantice la mejor producción. Somos especialistas

en suministrar equipos que optimizan los resultados, gracias a su fiabilidad y alto rendimiento, que incluye el control remoto de las instalaciones.

Una buena **producción** significa **rentabilidad**.



Todas las naves están dotadas de ventiladores con extractores de cono de bajo consumo, lo que permite conseguir un importante ahorro energético.

Gracias a sus medidas de bioseguridad y su innovadora tecnología, los pollos tienen el mayor bienestar posible desde el momento en el que llegan a la granja

últimos adelantos del sector. En primer lugar, todas las naves disponen de ventiladores con extractores de cono de bajo consumo, lo que supone un importante ahorro energético. En palabras de Collado, “esto permite conseguir el mismo rendimiento eléctrico con un 15% menos de consumo”. Asimismo, se han instalado también intercambiadores de calor con los que se obtiene un ahorro energético de un 40% de gas y permiten ventilar sin desperdiciar calor. “Es posible porque el aire que se saca caliente de dentro de la nave calienta unas placas; mientras que el aire puro entra por otras placas paralelas que se calientan con el calor que desprende el aire caliente de dentro. Así se renueva el aire sin perder calor”, explica Vicente Talla, director de la División de Valencia de Sada Producción Ganaderas. Por otro lado, los cinco naves que componen el último núcleo han sido dotadas con un sistema de poliuretano proyectado, lo que aumenta el aislante del techo a ocho centímetros para conseguir igualmente un importante ahorro energético. Cada nave, además, dispone de sondas de CO₂, básculas automáticas para pesar a los pollos y cámaras de vigilancia de las instalaciones, una por nave, a cuyas imágenes se puede acceder a través de Internet desde cualquier ordenador, tableta o móvil.

En el complejo se sitúa también una planta potabilizadora de agua que da servicio a los tres núcleos con una capacidad de un millón y medio de litros, y que se potabiliza con los mismos criterios que los que se utilizan para el consumo humano. Aparte, con agua sin clorar se alimenta la refrigeración de las granjas y se riegan las 30 hectáreas de carrasacas truferas que se han plantado entre los 400 metros de separación que

hay entre cada núcleo. En resumen, como indica Collado, “disponemos de lo último en tecnología para granjas avícolas”, asegura.

MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD

A todas estas ventajas se une también el escrupuloso mantenimiento de las medidas de bioseguridad necesarias para evitar contaminaciones de cualquier tipo. En primer lugar, según describe Nacho Guardiola, responsable de la explotación, “la finca dispone de dos entradas, una limpia y la otra sucia, de tal forma que quien llega entra por la primera y sale por la segunda”. Incluso, la retirada de aves muertas se realiza únicamente por la zona sucia. Este mismo procedimiento también se repite para la entrada a cualquiera de los tres núcleos. “Contamos con una zona sucia por donde entra todo el personal, incluido el equipo técnico. A continuación, se deben duchar y ponerse su ropa y calzado de trabajo, identificada por colores según el núcleo en el que se encuentran”, añade el responsable de la explotación. Aparte, continúa, “en cada nave hay botas específicas para cada granjero, que se han de poner y quitar cuando tienen que entrar y salir de ellas”. Por otro lado, lo normal es que el granjero de cada núcleo sea la misma persona. Ahora bien, si por cualquier circunstancia no fuera así, hay unos vestuarios con ropa y calzado adecuados. “Incluso, el equipo de carga que se lleva los pollos una vez finalizado el periodo de engorde tiene su propia ropa de trabajo que se ha de poner cuando vienen”, aclara Guardiola. Además, en ningún momento se puede entrar con un vehículo en los núcleos, pues la única entrada es a pie por los vestuarios. “Aquí solo entra la cuba de pienso y el camión que viene a recoger los pollos. Y aun así deben pasar por un arco de desinfección”, confirma Collado. Es más, las bajas diarias de aves se recogen en cada nave con una máquina que se encuentra dentro de cada uno de los núcleos y que, en ningún caso, sale fuera. “Deja el contenedor en el camino y es ahí donde otra máquina, que no entra en el núcleo, se lleva la carga y la transporta a un kilómetro de la finca, lugar donde el INAGA lo recoge.

A pesar de todas estas medidas, tanto los servicios veterinarios oficiales como los de Grupo SADA periódicamente realizan controles para confirmar que no existe ningún tipo de contaminación en la camada.

FUNCIONAMIENTO

Estas tecnologías y medidas de bioseguridad hacen que los pollos disfruten de todo el bienestar posible desde el momento mismo en el que llegan a la explotación avícola. “A la granja

vienen los pollitos directos de la incubadora con seis o siete horas de vida”, puntualiza Talla. Pero esa distribución no se hace de cualquier forma. “Desde la incubadora se asignan los pollitos que van a cada nave, de forma que en cualquier momento se puede saber el lote de origen de los pollitos alojados en cada una de ellas”, añade el directivo de Grupo SADA. A continuación, prosigue, “el técnico y la veterinaria son los que se encargan de informar a la empresa del estado de la manada y realizan la labor de coordinación de la salida de los animales al matadero, previa autorización por parte de la veterinaria”.

Cuando las aves llegan a la explotación avícola se distribuyen por naves y se separan por sexo con una valla. “Luego nuestro trabajo consiste en que a los pollos no les falte de nada para que puedan crecer sin problemas y que todas las condiciones para ello estén controladas. El animal es el que se encarga de hacer el resto”, añade Guardiola.

De esta forma, a los 33 días ya están preparadas las hembras para que sean retiradas. Aproximadamente se llevan el 70% de todas las que hay, con un peso que ronda el 1,8 Kg; mientras que el resto se mantiene hasta los 45 días para coger más volumen y superar los 3 Kg., momento en el que se las llevan junto con todos los machos. “En total, en unos diez días se marcha la camada entera y la granja se queda vacía por completo. A partir de entonces comienza el proceso de limpieza y desinfección de todas las naves”, añade

Collado. En primer lugar, dos gestores autorizados de gallinaza recogen en unas pocas horas todos los excrementos y estiércoles de las aves, y después entra en funcionamiento una máquina lavadora-fregadora. “Primero se lavan con jabón los techos y las paredes y después se aspira el agua de la limpieza”. A continuación, se repite el proceso en los suelos. “Esto se produce en cada nave y, a una media de dos por día, en aproximadamente una semana o diez días ya estamos en condiciones de recibir una nueva camada”, explica Collado.

COMUNICACIÓN Y COORDINACIÓN

El éxito del buen funcionamiento de la explotación avícola reside en la comunicación y la coordinación de todos los agentes implicados, tanto el gerente de la empresa y el responsable de la explotación, como los granjeros y el equipo técnico de Grupo SADA. “Entre todos reunimos los conocimientos y experiencia que hay que tener para que esto pueda funcionar satisfactoriamente. Y si en cualquier momento hubiera algún problema, enseguida se presenta en la explotación alguien del equipo técnico de Grupo SADA para solucionarlo”.

Sin duda, Montes del Palancia es un buen ejemplo de una avanzada e innovadora explotación avícola que cumple con todas las medidas de bioseguridad que marca la ley, incorpora los últimos avances tecnológicos del mercado, y cuenta con un personal de gran profesionalidad y experiencia en su trabajo. ●

"Nuestro trabajo consiste en que a los pollos no les falte nada y puedan crecer sin problemas"



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



La explotación avícola, en fotos



Cada núcleo cuenta con un arco de desinfección por el cual han de pasar obligatoriamente los vehículos que accedan a él.



Parámetros como la temperatura, la luz o la humedad de las naves se reglan automáticamente gracias a la tecnología.



Debido a la gran magnitud de los núcleos, el desplazamiento entre las naves se realiza en bicicleta.



Aspecto aéreo de dos de los tres núcleos que componen esta explotación avícola que cuenta con 17 naves.



Cada nave dispone de una valla de protección que separa a los pollos machos de las hembras para que no se mezclen.



Un sofisticado sistema de videovigilancia permite controlar el estado de la camada desde un PC, una tableta o un móvil.

>> EL MAGRAMA PUBLICA UNA GUÍA PARA CONOCERLOS Y DISFRUTARLOS

Descubre qué son y cómo se elaboran los principales derivados cárnicos

Recientemente, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) ha editado un tríptico con información para el consumidor sobre los principales derivados cárnicos de las aves, los cerdos y las vacas. El objetivo es acercar a la sociedad las distintas formas de consumir este tipo de carne.

Mónica Sánchez

Coordinadora de Marketing y
Community Manager de Grupo SADA

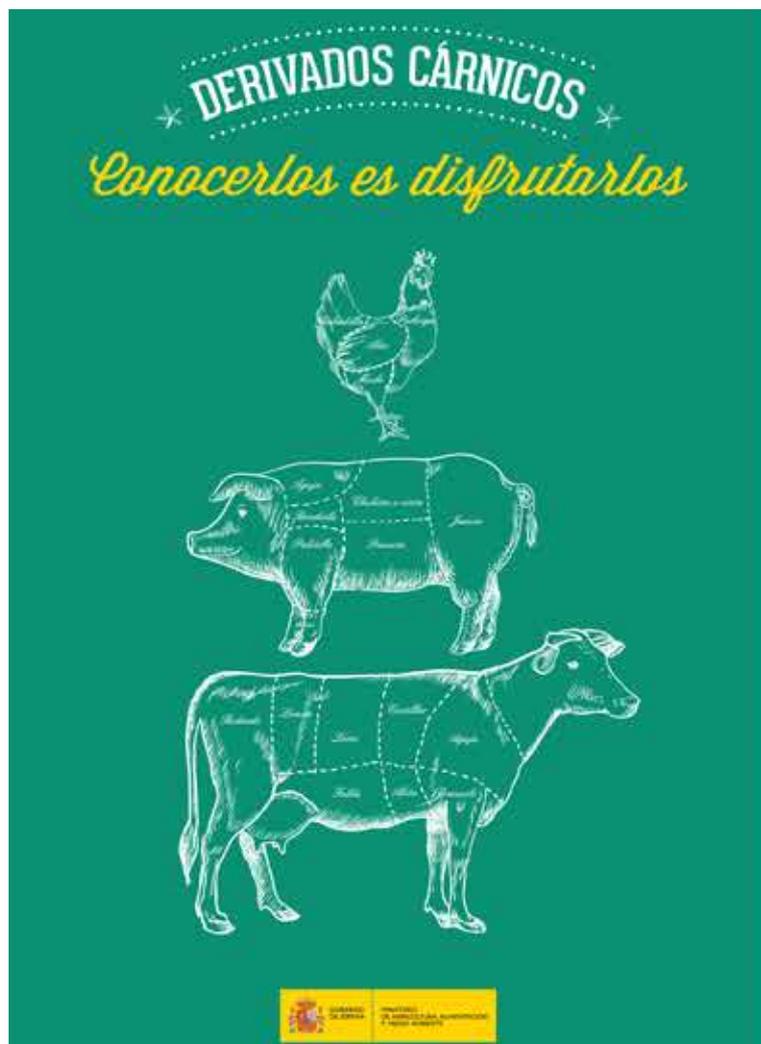
Por derivados cárnicos se entienden todos aquellos productos alimenticios preparados total o parcialmente con carnes o menudencias de animales de diferentes especies y sometidos a operaciones específicas antes de su puesta al consumo. Precisamente, para entender mejor cómo se procesan y elaboran, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha editado recientemente un tríptico con información al respecto.

Básicamente, los derivados cárnicos se pueden obtener a partir de una pieza única de carne o varios trozos fácilmente identificables, carnes troceadas o picadas no identificables, y elaborados a partir de carnes, sangre, menudencias o una mezcla de ellas.

A continuación, se les pueden añadir ingredientes que potencien su sabor como especies y condimentos, agua, vinos y licores, grasas y aceites comestibles, harinas, almidones y féculas de origen vegetal expresado en glucosa (10% máx.), proteínas lácteas y/o de origen vegetal (3% máx.), azúcares solubles totales expresados en glucosa (5% máx.), gelatinas comestibles y otros productos autorizados.

TIPOS DE TRATAMIENTOS

Una vez que se han aderezado los productos



Es preciso distinguir entre productos "ahumados" y productos "con sabor ahumado"

cárnicos pasan por un proceso de transformación en el que se les puede aplicar calor o no para dar lugar al derivado cárnico que se quiere conseguir.

- Tratados por el calor. En este caso, los productos reciben un tratamiento térmico que hace que sus proteínas se coagulen total o parcialmente. Según esto, los hay de varios tipos. El primero es la esterilización, en el cual no se requiere refrigeración para su conservación (choped enlatado). El segundo es la pasteurización, en el que sí se precisa refrigeración para su conservación (jamón cocido, pechuga de pavo cocida, butifarra, mortadela y chicharrón). Finalmente, el tercero se realiza a través de un tratamiento térmico incompleto y requieren refrigeración para su conservación y, generalmente, ser cocinados antes de consumirlos (morcilla y bacon). En todos estos casos, y si se trata de piezas a las que se les añade féculas, su denominación deberá ir precedida de las palabras "fiambre de".

- No tratados por el calor. Son productos a los que se les ha sometido a alguna de

las siguientes técnicas. En primer lugar se les puede aplicar un proceso de salazón y de curado-maduración conservando su estabilidad a temperatura ambiente (jamón y paleta curados, chorizo, salchichón, sobra-

Hay especificaciones que se cumplen por igual en las etiquetas de todos los productos cárnicos, sea cual sea su naturaleza, tratamiento o proceso al que hayan sido sometidos

sada, cecina y lomo embuchado). En el caso de los embutidos, debes saber que para su elaboración se puede utilizar tanto tripa natural, que puede indicarse en la etiqueta, como envoltura artificial. El segundo grupo son los sometidos a un proceso de salazón o curación, seguido de otro proceso de oreo. En este caso, suelen requerir refrigeración para su conservación y tratamiento culinario antes de su consumo (lacón, botelo o botillo y chorizo criollo). Por otro lado, están los sometidos a un proceso de marinado-ado-bado, que a veces se recubren de pimentón, y suelen requerir refrigeración y tratamiento culinario antes de su consumo (lomo adobado y pincho moruno). La siguiente opción son los sometidos a un tratamiento con salmuera para mejorar su textura, sabor y conservación (codillo en salmuera). Finalmente, el último grupo no está sometido a ningún tipo de tratamiento, pues se elaboran con carne fresca, a los que se añaden otros productos alimenticios, condimentos o aditivos (hamburguesa y salchicha fresca).

AHUMADO

Por otra parte, tanto los derivados cárnicos que han recibido un tratamiento térmico como los que no lo han hecho y han seguido un proceso de curado-maduración adicionalmente pueden recibir tratamientos de ahumado. En este punto, conviene distinguir la diferencia entre "productos ahumados" y productos "con sabor ahumado". Los primeros han sido tratados con el humo de la combustión de

Tabla de períodos mínimos de elaboración de jamones y paletas curados y serranos

Mención	Maduración Paletas	Maduración Jamones
Bodega o cava	5 meses	9 meses
Reserva o añejo	7 meses	12 meses
Gran reserva	9 meses	15 meses

maderas y hierbas aromáticas autorizadas. Por el contrario, los segundos se les confiere este sabor mediante la adición de humo líquido o bien extractos o aromas de humo autorizados. En ese último caso, debe aparecer en la etiqueta del producto una mención que indique "sabor ahumado" y también los aromas utilizados en la lista de ingredientes.

ETIQUETADO

Finalmente, todos los derivados cárnicos deben estar debidamente identificados con sus respectivas etiquetas. Por eso, es fundamental

que, antes de adquirir cualquiera de ellos, leas detenidamente su descripción para que sepas exactamente lo que estás comprando. En este sentido, debes conocer que hay especificaciones que se cumplen por igual en las etiquetas de todos los productos cárnicos, sea cual sea su naturaleza, tratamiento o procesos a los que hayan sido sometidos. Por ejemplo, en todas las etiquetas de los derivados cárnicos encontrarás la lista de ingredientes en la que tendrá que figurar, en orden decreciente de peso, todas las carnes utilizadas especificando la especie animal de procedencia. ●

Todos los derivados cárnicos deben estar debidamente identificados con sus respectivas etiquetas



Sp•Bernier®



Soluciones de
logística a medida

Sp-Berner Plastic Group S.L.
Camino de la Lloma, 35 • 46960 Aldaya (Valencia) Tif: 96 159 60 06
www.sp-berner.com

50 años
Sp•Bernier.
Creciendo contigo

>> POLLERÍA ANTONIA



De izquierda a derecha: Carmen Palau, empleada; Josefina Rufi y Joan Odena, matrimonio propietario del establecimiento; su hijo Manel; y Joan Martí, delegado comercial de Sada Lleida.

“El género de SADA siempre llega en óptimas condiciones”

DAVID MARCHAL



Un cuidado y profesional servicio al cliente, un trato muy cercano y unos productos de calidad han hecho que, desde los años 60, Pollería Antonia se haya convertido en un establecimiento muy querido entre los vecinos de la localidad de L'Espluga de Francolí (Tarragona) y alrededores.



De loco. Así consideraron muchos vecinos y familiares a Joan Odena cuando les contó la idea que había tenido de montar una pollería y un asador en su pueblo, L'Espluga de Francolí (Tarragona). “Hablamos de 1967, años en los que no había costumbre de comprar los pollos crudos, ni mucho menos asados. Sin embargo, como ya teníamos experiencia criando pollos, porque lo veníamos haciendo desde los años 50, mi padre decidió completar la cadena: criar, matar, desplumar, vender y asar”, explica su hijo Joan. Y así fue cómo la familia entera, en contra de la opinión de la mayoría, se embarcó en esa aventura.

"Empezamos de cero, hipotecándonos para comprar una máquina de asar pollos y otra para desplumarlos. Afortunadamente salió bien. A los tres meses tuvimos que actualizar las máquinas porque se nos habían quedado pequeñas; al año compramos un coche para el negocio, porque hasta entonces usábamos un carro; y a los dos años montamos una red de granjas para criar pollos", recuerda Joan. Claro que esto último sólo duró hasta bien entrados los años 70, porque entonces empezaron a surgir los mataderos industriales y ya no les compensaba seguir criando los pollos ellos mismos. Además, coincidió con un periodo de apogeo de la industria en la región y llegaron muchos emigrantes andaluces que impulsaron la demanda de pollo. "Durante esos años llegamos a sobrepasar la venta de 100.000 kilos de pollo al año. Fue increíble", apunta Joan.

GRUPO SADA

Por esa época comenzaron a trabajar con Grupo SADA, una relación comercial que han seguido manteniendo hasta hoy día. "Grupo SADA nos aporta la cantidad de pollo que siempre hemos necesitado. Da igual el número que pidamos, porque nunca nos han dejado de servir y el género siempre llega en muy buenas condiciones", afirma el propietario, quien elogia especialmente la labor del repartidor. "Él mismo tiene la llave del local y deja los pedidos. Es más, ya casi forma parte de la familia, porque se acaba integrando en el negocio". La empresa les sirve una gran cantidad de productos, entre los que destaca el pollo blanco y CUK enteros, elaborados y despieces como pechugas y muslos. "A partir de ahí nosotros hacemos muchos empanados con unas rece-

tas personales que incluyen leche y que gusta mucho a todos los clientes, especialmente a los más pequeños. También preparamos para ellos una especie de *chupa-chups* de pollo rebozado que les encanta", afirma Joan. Precisamente, el dueño de Pollería Antonia sabe que los niños son unos clientes a los que debe tratar muy bien y contentar siempre, porque son los compradores del futuro, y es algo que en el negocio llevan a rajatabla. Ahora bien, éstos no son los únicos. "De lunes a viernes nuestra clientela es muy variada. De hecho, se trata principalmente de vecinos del pueblo", afirma el dueño del establecimiento. Y gracias a ellos, han conseguido mantener una cierta estabilidad a lo largo de los años, incluidos los peores de la crisis.

"Empezamos de cero, hipotecándonos para comprar una máquina de asar pollos y otra para desplumarlos"



Los domingos es el único día de la semana que la tienda vende pollos asados.



UCEPSA

CARRITERA DE CAMPO REAL, KM. 0,5 NAVES I Y II
TEL: 91 871 03 46 / 17 78
FAX: 91 871 02 95
ARGANDA DEL REY
28500 (MADRID)



La pollería cuenta con varias máquinas de asar pollos, cuyo volumen de ventas representa el 60% de la facturación de la empresa



Joan Odena, que actualmente supera los 90 años de edad, fue el impulsor de este negocio familiar, en el que todavía le gusta echar una mano los domingos.

EL DOMINGO, POLLO ASADO

Claro que como complemento a los productos frescos que ofrecen en la pollería, desde hace 48 años el establecimiento cuenta también con varias máquinas de asar pollo, que hoy en día supone el 60% de la facturación del negocio. "Todos los domingos se forman aquí unas colas enormes. De hecho, el 70% de la clientela que tenemos ese día es de fuera del pueblo. Damos de comer a toda la comarca", confirma Joan, lo que les obliga a toda la familia a trabajar coordinados para poder sacar adelante los pedidos. "Somos un buen equipo de trabajo. Mi mujer y la dependienta van cortando los pollos, mi hija cobra, mi hijo monta

barras, mi padre las va sacando de las máquinas y yo voy cocinando", describe el proceso Joan. Y es que, detrás de esta empresa familiar, hay muchos años de esfuerzo, compromiso y dedicación. "Estamos satisfechos de poder explicar hoy algo que, para nosotros, no sólo ha sido un negocio, sino también una ilusión de toda la familia, y un punto en contra del 99% de la gente que decía que esto no funcionaría", comenta Joan con emoción; la misma que siente al recordar a su madre ya fallecida que, con su trabajo, carácter y don de gentes, sentó las bases del cariño y el afecto que hoy en día tiene el pueblo entero a la familia Odena que regenta la Pollería Antonia. ●



El despiece y corte a mano, así como el trato personalizado, es uno de los servicios que más valoran los clientes de Pollería Antonia.

>> FET A LA LLENYA



De izquierda a derecha, Antonio Garrido, comercial de Sada Manresa; Rafael Yamuza, propietario del establecimiento; Denis Soto y Eduardo Masfarné, empleados; y Daniel López, delegado de Sada Barcelona.

“Desde que hemos introducido el pollo CUK, hemos notado una subida en las ventas”

DAVID MARCHAL



Aunque tan solo tiene cinco años de vida, el asador de pollos Fet a la Llenya se ha convertido en un destino habitual en Sant Cugat del Vallès (Barcelona) para todos aquellos consumidores que buscan una gran calidad a un precio asequible. Sin duda, el pollo CUK hecho a la leña ha conquistado el paladar de buena parte de su clientela.



Fet a la Llenya (hecho con leña, en catalán) nació hace un lustro, en los años más duros de la crisis económica, pero también como consecuencia de ella. Su propietario, Rafael Yamuza, no tuvo más remedio que cerrar el restaurante de alto nivel que regentaba, porque sus clientes ya no podían permitirse desembolsar el precio que valían los platos. “El coste medio por comensal era de 40 euros, puesto que ofrecíamos mucha calidad, pero la gente ya no podía pagar por ella”, recuerda Rafael. Sin embargo, no tiró la toalla y apostó por un sector que, aunque no conocía del todo, tenía relación con el anterior: la comida preparada. “Vi que era el momento.

Fet a la Llenya es el único asador de Sant Cugat que asa el pollo en horno de leña

La gente no tiene dinero y prefiere gastar menos llevándose a su casa, sin por ello renunciar a la calidad. Por eso, la idea fue montar un asador de pollos hechos con leña. Para ello contó con la ventaja de tener una casa céntrica con un garaje que no utilizaba. “Lo adapté y monté ahí el negocio, de esta forma no pago alquiler y reduzco gastos”, afirma. Así, instaló un horno, donde cocina todo tipo de alimentos como carnes, verduras o pan; y adquirió una máquina asadora de pollos con leña. “La leña para el pollo es lo que mejor funciona, porque el gas lo deja más seco y luego la clientela se queja de que no se lo puede comer bien. Con la leña es otra historia”, comenta. De hecho, hoy en día es el único establecimiento de la localidad que trabaja de esta forma. “Aquí no hay nadie que se atreva, porque la leña es muy complicada, hay que ir echándola poco a poco y controlar que el pollo se haga por todos los lados por igual, por lo que se requiere una persona que esté ahí continuamente, soportando el calor que desprende”, explica el dueño de Fet a la Llenya, para quien este proceso representa una forma de diferenciarse de la competencia. A pesar de ello, “los dos primeros años fueron difíciles, porque la gente aún no nos

conocía”, explica Rafael. Sin embargo, “gracias a la inversión que hicimos en publicidad, los clientes empezaron a venir y a repetir. Ahora tenemos una clientela fiel”, añade.

POLLO CUK

A lo anterior, además, se une que desde hace un par de años ofrecen pollo CUK, de Grupo SADA, a sus clientes. “Es un pollo con alimento cien por cien vegetal, lo que le aporta mucho más sabor. Y eso, sin duda, la gente lo nota y lo aprecia. De hecho, desde que hemos introducido el pollo CUK hemos notado una subida en las ventas. La gente está muy mentalizada de que quiere calidad, no cualquier cosa. Prefieren gastarse algo más de dinero y comer mejor”, asegura. Tanto es así que quien el domingo no lo encarga por teléfono antes de las 11 de la mañana, se queda sin él. De hecho, representa actualmente un 30% de las ventas de pollo asado y cada domingo reciben más de un centenar de encargos. El resto del porcentaje es pollo blanco que, al igual que el CUK, lo adquiere en exclusiva a Grupo SADA, con quien lleva trabajando desde hace cuatro años y medio. “Desde entonces no nos han fallado nunca. Es una empresa con la que puedes contar siempre, independientemente del número



Aunque normalmente tres personas atienden el asador, los domingos aumenta el personal hasta diez para satisfacer la gran demanda que tienen.

de pollos que necesites. Además, no podemos arriesgarnos a que otro proveedor nos deje colgados un domingo, que es cuando más venta tenemos”, matiza Rafael. Para él, Grupo SADA, además, les aporta precio, servicio y un comercial que siempre está atento a sus necesidades. “Está dispuesto cualquier día en cualquier momento. Y si surge un problema, te lo intenta solucionar rápidamente. Al ser una empresa grande,

nos aporta garantía y tranquilidad, sobre todo si eres un establecimiento que vendes muchos pollos como nosotros”, asegura.

OTRAS PROPUESTAS

A pesar de que el pollo representa el 75% de los ingresos del negocio, no es la única oferta culinaria que se puede adquirir en Fet a la Llenya. “Tenemos cocina elaborada, sobre todo son platos de la cocina catalana hechos

"Al ser una empresa grande, Grupo SADA nos aporta garantía y tranquilidad"



Aparte de pollo asado, en este negocio familiar también se puede encontrar una gran variedad de platos habituales de la cocina catalana como la escalivada.

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

Ahora que el negocio se ha estabilizado, Rafael va a abrir un nuevo local en una zona con fácil acceso para vehículos

al horno de leña como puede ser escalivada, berenjenas, calçots, etc.". Incluso, en determinadas fechas como Navidad, ofrecen a sus clientes pollo CUK relleno de pasas y piñones. "El año pasado vendimos muchísimos, el doble que el año anterior. Sin duda, ha sido una propuesta que presentamos a nuestros clientes y ha tenido mucho éxito". Ahora que el negocio se ha estabilizado,

Rafael se ha decidido a dar un paso más y abrir un nuevo establecimiento en otro barrio de Sant Cugat. "A diferencia de este local, que está situado en un paseo peatonal, aquella es una zona en la que pueden pasar y aparcar los coches, lo que para nosotros es fundamental para dar mejor servicio a los clientes que no se pueden desplazar a pie", concluye.



El pollo CUK es la estrella de este asador que regenta Rafael Yamuza desde hace cinco años.



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)

Guillermina Font, presidenta de la Sección de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Comité Científico de AECOSAN

"Las empresas agroalimentarias españolas están lo suficientemente avanzadas en materia de calidad y seguridad alimentaria"

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

