



**Entrevista con Isabel García Tejerina,  
ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación  
y Medio Ambiente**

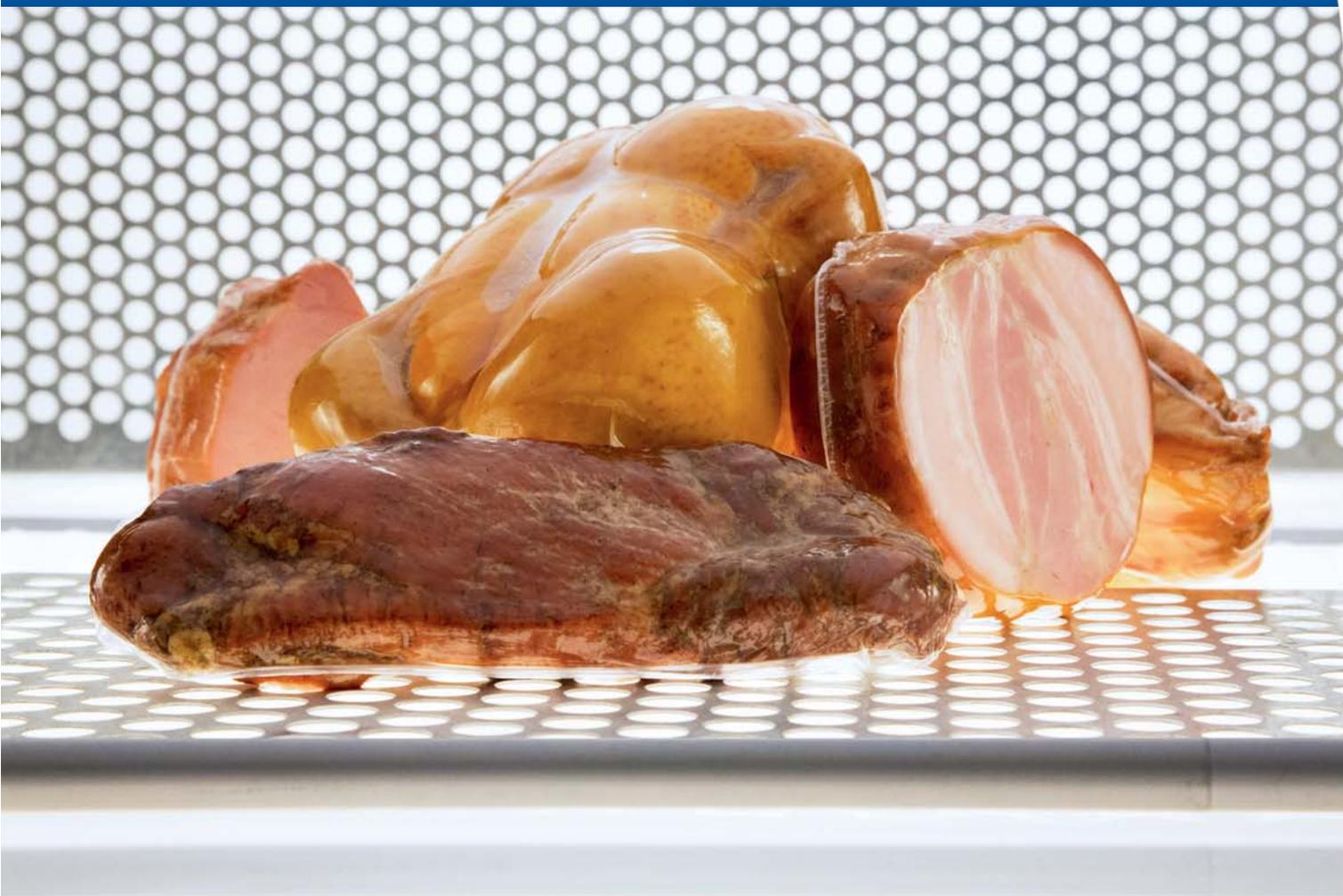
**Meat Attraction: la gran feria que el sector  
cárnico necesitaba**

**Sala de despiece: cuestión de familia**



# AMIVAC S

Bolsa Retráctil



- Estructura multicapa con Evoh que ofrece unas excelentes propiedades barrera al oxígeno y a la humedad para prolongar la vida útil de los productos.
- Excelentes propiedades de retracción y transparencia para presentar el producto de manera más atractiva y natural al mercado.
- Mayor seguridad y productividad por la excepcional soldabilidad incluso a través de pliegues y solapado de las bolsas.



[www.pauder.com](http://www.pauder.com)  
e-mail [info@pauder.com](mailto:info@pauder.com)



[www.atlantis-pak.es](http://www.atlantis-pak.es)  
[www.atlantis-pak.net](http://www.atlantis-pak.net)  
[info@atlantis-pak.net](mailto:info@atlantis-pak.net)  
Tel: +7 863 255-85-85



# i Da un salto a la calidad !



## MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Pol. Ind. Ca n'Oller, c/Catalunya, 22  
Sta. Perpètua de Mogoda (Barcelona)  
Apartado 95  
Tel. +34 93 544 38 00  
Fax + 34 93 560 41 50  
e-mail: [dordal@dordal.com](mailto:dordal@dordal.com)  
<http://www.dordal.com>

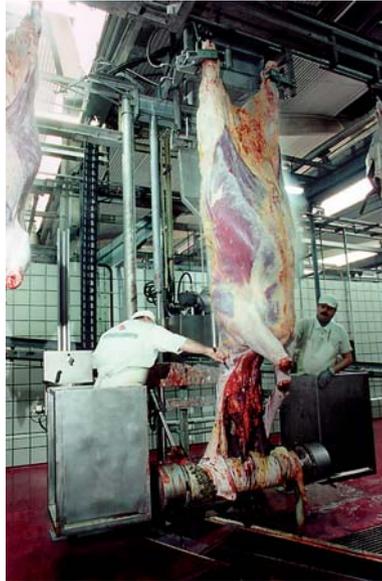


## DISEÑO, FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE LÍNEAS PARA SACRIFICIO BOVINO, PORCINO Y OVINO.

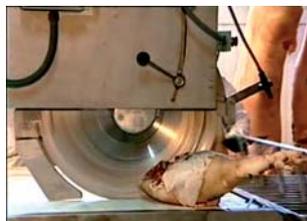
- Diseños de ampliación, modernización y optimización.
- Salas de despiece.
- Transportadores aéreos.
- Elementos de transporte (carros y ganchos).
- Mecanización y automatización.
- Equipos de aturrido.
- Sierras y cizallas.
- Maquinaria para tripería.
- Tratamiento de sangre.

## DEPURACIÓN

- Depuradoras para la industria agroalimentaria.
- Separación de sólidos.
- Unidad de flotación por aire disuelto (D.A.F).



## SU SATISFACCIÓN, NUESTRO OBJETIVO

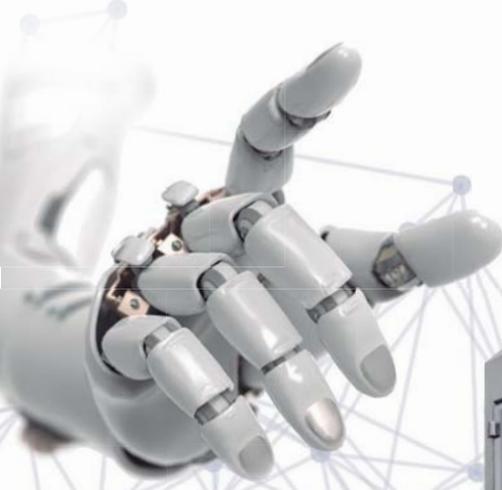


**NUEVO**

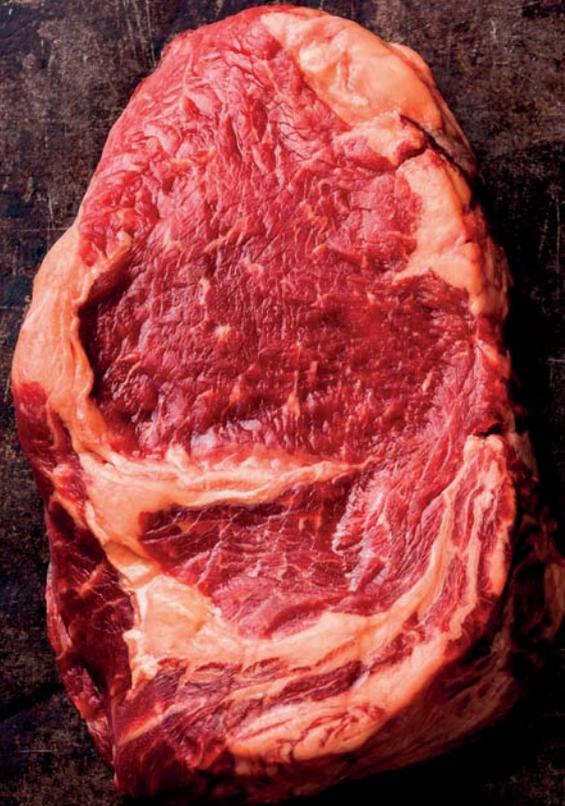


# MOVISTICK TRIPLIX

LA INYECCIÓN EXPONENCIAL



- 3 Cabezales de Inyección para una inyección exponencial
- Cabezales doble Operación: Funcionamiento Triple o Doble
- Regulación de la Presión de Inyección por Efecto Spray
- Separación Cabezales optimizada para piezas de larga dimensión
- Máxima Facilidad de Mantenimiento, Limpieza y Sanitización



## ¿Cuánto sabe su software de carne?

El nuestro muchísimo.

Procesos específicos del sector, integración de máquinas e instalaciones, monitoreo y reporting, trazabilidad, optimización de fórmulas, gestión de calidad y muchos más. El CSB-System es el software empresarial para el sector cárnico.

**meat**  
**attraction**

Venga a visitarnos  
del 18-20 de octubre  
en IFEMA – Feria de Madrid  
Pabellón 3, stand F36

Como solución completa abarca ERP, FACTORY ERP y MES. Y en ésta se incluyen los estándares Best Practice.

¿Le gustaría saber exactamente por qué los líderes del sector apuestan por CSB?

En este número de **eurocarne** hemos realizado una edición muy especial con motivo de la celebración de Meat Attraction. Comenzamos con una entrevista a **Isabel García Tejerina**, ministra de Agricultura, (pág. 33) y además les mostramos lo más destacado de cuanto podrán encontrar en **Meat Attraction** (pág. 41). En nuestra **Sala de Despiece** mostramos cómo las **empresas familiares** dominan la industria cárnica española (pág. 56).



Descargue este número en **eurocarne**digital



- 33** Entrevista con Isabel García Tejerina, ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente  
*Jesús Cruz. eurocarne*
- 41** Meat Attraction, la gran feria que el sector cárnico necesitaba  
*David Barreiro. eurocarne*
- 56** Cuestión de familia **Sala de despiece**  
*Jesús Cruz. eurocarne*
- 74** Las acciones de las interprofesionales marcan el ritmo de promoción e internacionalización del sector cárnico  
*Jesús Cruz. eurocarne*
- 84** El jamón curado obtiene el reconocimiento en los Premios Alimentos de España  
*Jesús Cruz. eurocarne*
- 88** El mercado de la carne fresca en Italia  
**eurocarne**
- 99** Los consumidores mexicanos y el bienestar animal: perspectivas actuales, disponibilidad de pago y tendencias futuras  
*Genaro C. Miranda-de la Lama, Laura Estévez-Moreno, Wilmer Sepúlveda y Gustavo A. María*
- 110** Viabilidad de la maduración en seco en diferentes tipos de carne de vacuno español  
*Panea, B., García, H., Ripoll, G.*
- 122** Halal, un mercado regulado y en expansión  
*César Calvar. eurocarne*
- 126** Modificada la guía de la ENSCA sobre higiene y aplicación de los principios del APPCC en la producción de tripa natural  
**eurocarne**
- 130** Situación actual del etiquetado nutricional en el mundo  
**eurocarne**
- 138** El futuro de la tecnología de envase, en Empack 2017  
*David Barreiro. eurocarne*
- 142** Celebrada una reunión de la Red de Excelencia Consolider-Procarce: Productos Cárnicos Seguros, Nutritivos y Saludables  
*Jesús Cruz. eurocarne*



Entrevista con **Isabel García Tejerina**, ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. **Pág. 33**

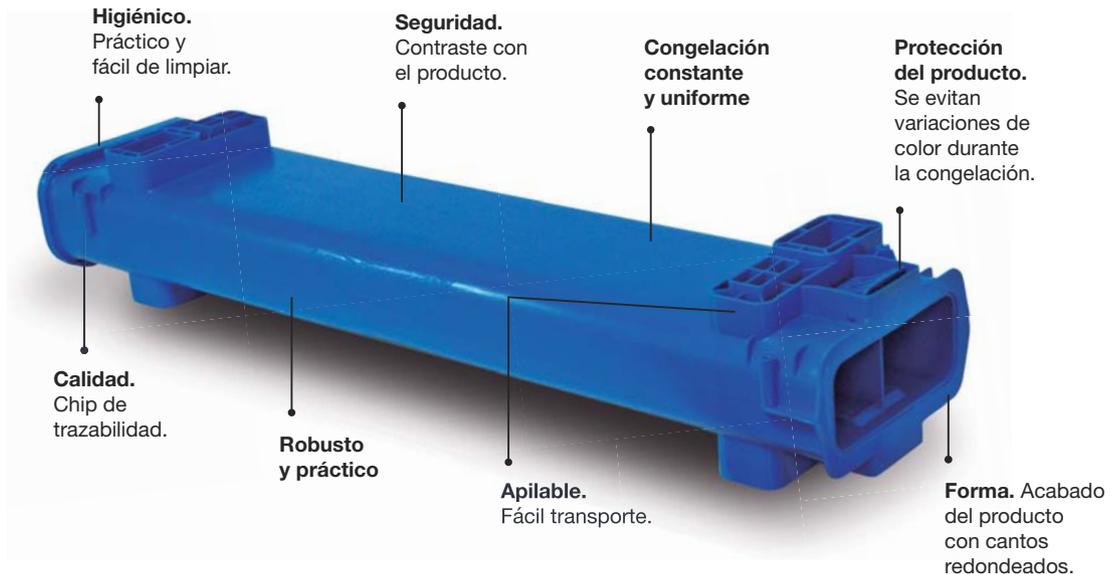
- 8** Índice de anunciantes
- 13** Cuadro de portada
- 15** Editorial
- 17** Noticias
- 22** Latinoamérica
- 24** Empresas
- 29** I+D+i
- 30** Internet
- 149** Novedades
- 155** Eventos
- 163** Imágenes
- 164** Agenda
- 167** Publicaciones
- 168** Aefemac informa
- 169** Avesa informa
- 171** Guía de proveedores

3A Antioxidants .....	47	Imicroq .....	105
AC Ingenieros .....	103	Industries Fac, S.L. ....	85
Active Business & Technology, S.L. ....	53	Intecal, S.A. ....	111
Adpan Europa, S.L. ....	67	Interporc .....	83
Aetrin .....	129	Jarvis España .....	55 y 107
Alimentaria 2018 .....	157	Josefa Estellés Mayor, S.L. - La Campana .....	12
Alkemi, S.A.....	11	KaisFS.....	148
Anvisa - Antonio Villoria, S.A. ....	16	La Chinata- Netasa .....	35
Aquimisa, S.L. ....	143	Marel Meat .....	117
Atlantis-Pak Co. Ltd .....	Interior portada	Meat Tech 2018 .....	161
Avanzasis .....	75	Mecánicas Garrotxa, S.A. ....	115
Basf Construction Chemicals España, S.L.....	71	Mecapack Ibérica Packaging .....	139
Becker Ibérica, S.A. ....	141	Mercafilo, S.L.....	43
Betelgeux, S.L. ....	145	Metalquimia, S.A.U. ....	5
Bolloré .....	97	Mimasa - Milla Masanas, S.L. ....	37
Bord Bia .....	10	Moralejo Selección, S.L. ....	79
Brenntag Química, S.A.U. ....	61	Nortpalet Ibérica, S.L. ....	59
Calicer - Certificadores de Calidad, S.L. ....	153	Olotinox, S.A. ....	15
Comservys XXI Proyectos, S.L. ....	63	Panter - Industrial Zapatera, S.A. ....	23
Congost Plastic, S.A.....	65	Precintia Internacional, S.A. ....	135
Cruells Talleres, S.L. ....	87	Proanda - Proveedora Andaluza, S.L. ....	40
Csb-System España, S.L. ....	6 y 147	Proto-Info, S.L. ....	49
Dawsonrentals Ibérica, S.L. ....	Encarte	Pujolàs .....	9
Dibal, S.A. ....	131	Quicial, S.L. ....	119
Diversey .....	125	Ramón Ventulà, S.A.....	39
Dordal, S.A. ....	3	Refrica Refrigeración	
Espera Ibérica, S.A.....	133	Casassas SA .....	Interior contraportada
Food Processing Systems, S.L. ....	98	Ribawood .....	121
FoodTech Barcelona 2018 .....	159	Roser Group.....	Contraportada
Fraikin Alquiler de Vehículos, S.A. ....	91	Sealed Air. Food Care.....	137
Fribin .....	73	Sebastián López Roda, S.L. ....	127
Friselva .....	32	Segell Expres, S.L.....	13
Gaser .....	109	Solutio Soluciones Tecnoalimentarias .....	101
Grupo Llácer y Navarro .....	95	TAESA- Talleres Avelino Esgueva, S.A. ....	4
Haratek Inportaketa, S.L.U. ....	31	Tecnotrip .....	93
Helcesa- Helmántica de Cerrajería, S.L. ....	45	Termoformado Termopack, S.L. ....	89
Hypred Ibérica, S.L. ....	77	Universal Global Logistic .....	123
I.G.P. Ternera de Aliste .....	81	Witt Tecnología de Gas, S.L. ....	51
IDRO. HPP Food Technology .....	69	Xuclà .....	14
IFR, S.A. ....	152		
Ilerfred - Industrial Leridana del Frío, S.L. ....	113		



# MINIMIZA LA INVERSIÓN

## OPTIMIZA EL RENDIMIENTO DEL JAMÓN DE INICIO A FIN

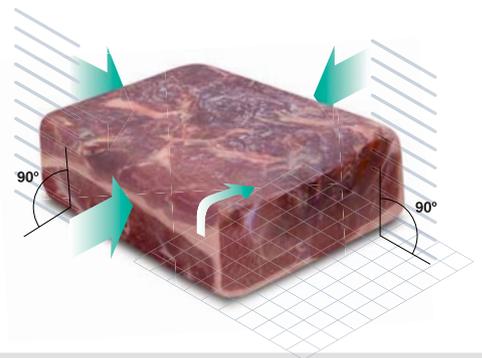


### SISTEMA DE PENSADO

## PF VERLATORI

El sistema de prensado PF Verlatori, presiona de forma simultánea por 4 lados, de este modo no se rompen las fibras internas del jamón, obteniendo un producto más compacto y homogéneo.

Listo para sacar mayor rendimiento.



Visita nuestra:



PILOT PLANT  
R & D Center





# Carne Angus

Nuestra carne de siempre...  
...con un toque de sofisticación.

**Bord Bia**

Irish Food Board

[www.alimentosdeirlanda.es](http://www.alimentosdeirlanda.es)

**meat**  
**attraction**

LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

18-20  
OCTUBRE  
2017

MADRID-ESPAÑA

Visítenos: **Pabellón 3 - Stand 3C09**

# eurocarne

EDITA:  **estrategias  
alimentarias**

[www.eurocarnedigital.com](http://www.eurocarnedigital.com)

#### Dirección

José Ramón Velasco  
[joseramonvelasco@eurocarne.com](mailto:joseramonvelasco@eurocarne.com)

#### Coordinación editorial

María Casablanca  
[casablanca@eurocarne.com](mailto:casablanca@eurocarne.com)

#### Redacción

Jesús Cruz  
David Barreiro  
[redaccion@eurocarne.com](mailto:redaccion@eurocarne.com)

#### Colaboradores fijos

AMEC-AEFEMAC, AVESA e IRTA

#### Colaboran en este número

Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón-IA2, Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad Autónoma Metropolitana de México D.F., Universidad Libre de Colombia y Universidad de Zaragoza

#### Diseño

Juan José García  
[diseño@eurocarne.com](mailto:diseño@eurocarne.com)

#### Publicidad

Jesús Velasco y Nuria Bas  
[publicidad@eurocarne.com](mailto:publicidad@eurocarne.com)

#### Administración y suscripciones

Gema Noguerras y Paula Verano  
[administracion@eurocarne.com](mailto:administracion@eurocarne.com)  
[suscripcion@eurocarne.com](mailto:suscripcion@eurocarne.com)

Depósito Legal: M-23818-1991

ISSN: 1132-2675

Fotomecánica: Compañía Europea Digital Press

Impresión: Gráficas Berlín, S.L.

Fermín Caballero, 64 1º B • 28034 Madrid  
Telf. +34 91 378 09 22 • [info@eurocarne.com](mailto:info@eurocarne.com)

©COPYRIGHT. Toda la información e imágenes aparecidas en **eurocarne** están sujetas a los derechos de la propiedad intelectual correspondientes, estando prohibida su reproducción total o parcial. Las personas interesadas en alguno de los trabajos publicados deben ponerse en contacto con la redacción. **eurocarne** no se identifica necesariamente con las opiniones emitidas por los autores de los artículos.

La editorial Estrategias Alimentarias, S.L., a los efectos previstos en el artículo 32.1, párrafo segundo del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquiera de las páginas de **eurocarne**, o partes de ellas, sean utilizadas para la realización de resúmenes de prensa. Cualquier acto de explotación (reproducción, distribución, comunicación pública, etc) de todas o parte de las páginas de **eurocarne** precisará de la oportuna autorización, que será concedida por CEDRO mediante licencia dentro de los límites establecidos en ella.



Estrategias Alimentarias, S.L.  
está asociada a la AEEPP, que a su vez  
es miembro de FIPP, FAEP y CEDE.

**eurocarne** es miembro  
del American Meat Institute



# Ciencia y Experiencia a su servicio



## LABORATORIO DE ANÁLISIS Y ASESORAMIENTO TÉCNICO QUÍMICA, MICROBIOLOGÍA Y GENÉTICA

Laboratorio Autorizado por el Ministerio de Sanidad y MARM  
Empresa Colaboradora del Ministerio de Medio Ambiente  
Acreditado para el control de Antibióticos y Residuos en Carnes

### ANÁLISIS PARA

- Industria Alimentaria
- Residuos de Acción Farmacológica
- Patología Animal
- Aguas potables
- Vertidos industriales

### ASESORÍA EN

- Proyectos de Calidad (ISO 9000)
- A.P.P.C.C.
- Normativa
- Control de Procesos

# ALKEMI

## Análisis y Consultoría

### Central

E-mail: [alkemi@alkemi.es](mailto:alkemi@alkemi.es)

C/ Tierra de Barros, 2  
28820 COSLADA (Madrid)

Tel: 91 673 91 49 • Fax: 91 673 91 48

### Delegación Noroeste

Lugar Montemogos, 151. Beluso  
36937 BUEU (Pontevedra)  
Tel/Fax: 986 415 279

### Delegación Castilla y León

C/Miriam Blasco P 147, 2ºB  
47014 VALLADOLID  
Tel/Fax: 983 34 59 74

[www.alkemi.es](http://www.alkemi.es)





**LA CAMPANA**<sup>®</sup>  
 fundada en 1800

*Diseño y elaboración de fórmulas y especias para productos cárnicos y alimentación*

*Design and elaboration of formulas and spices for the meat and food industry*

*Dessin et élaboration de formules et épices pour produits de la viande et alimentaires*

*Disegno ed elaborazione di preparati e spezie per prodotti carnicie per la industria alimentare*



Josefa Estellés Mayor, S.L.  
 Polígono Industrial Rascanya  
 Calle Safareig, s/n  
 46160 Llíria (Valencia) - España

Teléfono: +34 96 370 61 62  
 Fax: +34 96 379 56 85

[lacampana@lacampana1800.com](mailto:lacampana@lacampana1800.com)  
[www.lacampana1800.com](http://www.lacampana1800.com)



ISO 9001:2008 Sistemas de Gestión de Calidad  
 ISO 22000:2005 Seguridad Alimentaria  
 UNE EN 166002:2006 Sistemas de I+D+i



Productos fabricados con la normativa C.E.E.

# Imagen de portada **euocarne** 260



## Los torreznos de Goya en la Venta Nueva

Autor: Juan Manuel Pérez  
 Medidas: 79x79 cm  
 Técnica: óleo sobre tabla  
 Año: 2017

# Presencia en eventos

**euocarne** estará presente en:

## Meat Attraction

Madrid, del 18 al 20 de octubre

## XXVI Jornadas Nacionales de Seguridad Alimentaria

Valencia, 26 y 27 de octubre

## Anuga FoodTec

Colonia (Alemania), del 20 al 23 de marzo

# Síguenos también en

facebook twitter YouTube LinkedIn

segell@segellexpres.com  
 www.segellexpres.com  
 Telf. 93 795 51 15  
 Fax 93 795 52 49



# TINTAS SIN ALCOHOL



aptas para rito HALAL

para marcar carnes, pieles, jamones totalmente vegetales, libres de alcohol y metanol envases precintados, etiquetado con lotes, caducidad...

# NOVEDADES

## CALAS para JAMONES

hueso de vaca o caballo

Ref. 8/360-S



con mango de nylon  
**APTO PARA ALIMENTACION**

las podemos personalizar

**NUEVA**  
 GINGHETA OVALADA CORTA IDEAL PARA CLAVAR SOBRE LAS ZONAS MAS DURAS DEL JAMON.

**NAVETS HOMOLOGADOS PARA EL SECTOR DE LA ALIMENTACION**

**GOTEROS o CUCURUCHOS DOS FORMATOS DE RECOGE GRASAS PARA EL ACEITE DE LOS JAMONES BASCULANTE o FIJO**

**PRECINTOS**  
 TRAZABILIDAD

HIGADOS, JAMONES, SACOS, BIDONES, CAMIONES, CANALES...etc

**MARCADORES ELECTRICOS CON Y SIN REGULADOR**

**MARCADORES DE BUTANO CON PLACAS DE LATON o ACERO INOXIDABLE**

**SELLOS A TINTA, EN ALUMINIO, BRONCE, ACERO INOXIDABLE CAUCHO, NYLON APTO PARA ALIMENTACION... CUALQUIER TIPO DE DISEÑO Y MEDIDA**



**XUCLÀ**  
THE BEST HYGIENIC PERFORMANCE

**SERIES**  
**ESFERA**



**SERIES**  
**HEXAGON**



**SERIES**  
**CUBE**



**HI CONTROL** **SERIES**  
**PAS**



## Meat Attraction, el evento cárnico protagonista del año 2017

**S**in temor a equivocarnos, podemos decir que la celebración en Madrid, entre el 18 y el 20 de octubre, de la primera edición de Meat Attraction es algo en lo que buena parte del sector cárnico español tiene puesta toda su atención. Se tratará de la primera feria monográfica dedicada tanto a mostrar las carnes y productos cárnicos que en nuestro país se elaboran, como las últimas tecnologías y maquinaria para su fabricación.

Desde hacía tiempo que la idea de lograr una feria de este tipo en Madrid se venía gestando por parte de la industria cárnica y finalmente, con la colaboración de ANICE e IFEMA, verá la luz.

Serán días en que habrá una gran actividad dentro de la zona de expositores al coincidir con la celebración de Fruit Attraction, Vendibérica y Eat2go, en lo que va camino de convertirse en una gran cita para buena parte de la industria y los siguientes eslabones de la cadena alimentaria. Su coincidencia facilitará un gran número de visitantes, sin duda.

En Meat Attraction también se han preparado actividades como foros de la internacionalización del sector (I Foro Hispano-Chino sobre la Carne de Vacuno y Ovino) o las cualidades nutritivas de la carne y los derivados cárnicos (Semana de la Carne).

Es precisamente esto último un campo en el que quizás debamos actuar pensando que todo trabajo es poco. La propia ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina, en una entrevista que publicamos en este número de **eurocarne** reconoce que todo el mundo sabe ya que la carne producida en nuestro país es de muy alta calidad. De ello se han ocupado las empresas españolas con su presencia en todo tipo de ferias tanto dentro como fuera de nuestro país. Pero nunca el trabajo en estos temas es suficiente y quizás hay que adaptar los mensajes para lograr cautivar al consumidor y que encuentre en la carne su gran aliado a la hora de alimentarse.

En cualquier caso, disfrutemos de Meat Attraction, la feria del sector cárnico. ¡Allí nos vemos! **e**



## CUCHILLAS PARA ENVASE Y EMBALAJE

C/ Baró de Coubertin, 6 • 17800 OLOT (Girona)

Apartado de correos 209 – P.O. Box 209  
17800 OLOT (ESPAÑA / SPAIN)

Tel: (34) 972 27 10 09

Fax: (34) 972 27 01 18

info@olotinox.com

www.olotinox.com





# ANVISA

## Investigación y desarrollo a su servicio.

- ▶ **Preparados y Coadyuvantes tecnológicos** para la Industria Alimentaria.
- ▶ **Diseño** de formulaciones y procesos personalizados para cada cliente.
- ▶ Departamento de **I+D+i**.
- ▶ **Análisis** microbiológicos, físico-químicos y medioambientales.
- ▶ **Controles** de materias primas, procesos tecnológicos y productos terminados como garantía de calidad.
- ▶ Técnicas **analíticas** oficiales.
- ▶ Equipo técnico profesional **altamente cualificado**.



### Oficina y Fábrica

Camino de la Galeana, s/n • Pol. Ind. Los Robles  
28500 Arganda del Rey (Madrid)  
Tels.: 91 871 63 14 / 64 14

[anvisa@anvisa.com](mailto:anvisa@anvisa.com)



### Laboratorio

C/ Ana María del Valle, s/n • Pol. Ind. Los Robles  
28500 Arganda del Rey (Madrid)  
Tel.: 91 871 66 14

[www.anvisa.com](http://www.anvisa.com)

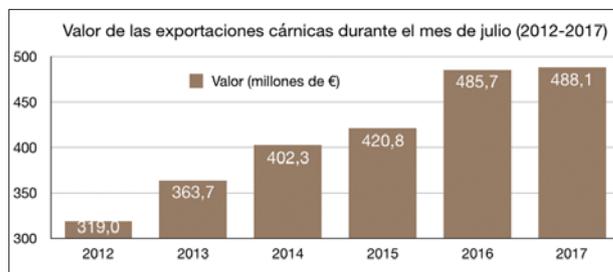
## El valor de las exportaciones cárnicas españolas en julio creció un 0,5% hasta los 488,13 millones de euros

El ICEX, a través del Estacom, ha dado a conocer la evolución de las exportaciones del sector cárnico español durante el pasado mes de julio. El valor de lo exportado creció en un 0,5% hasta los 488,13 millones de euros mientras que la cantidad exportada se redujo en un 1,6% y se situó en 184.719 toneladas.

De enero a julio, el valor de lo exportado roza ya los 3.630 millones de euros, un 12,2% más, por 1,45 millones de t de carne y productos cárnicos (-1,6%).

Atendiendo al tipo de producto exportado, las ventas de carne de vacuno, incluyendo sus despojos, mantienen la buena marcha con la que iniciaron el año y su valor ha crecido hasta los 58,5 millones de euros, un 14,8% más que en septiembre de 2017. La cantidad exportada en vacuno fue de 16.531 t, casi un 15% más que en 2017. En el conjunto del año España lleva exportadas 108.704 t, un 7% más que en 2016, por un valor estimado en 391,8 millones de euros, un 8,6% más.

En cuanto a las ventas de carne de cerdo, protagonistas de la amplia mayoría de las exportaciones, estas sumaron un total de 283,7 millones de euros, un 5,7% menos (tanto carne fresca



como congelada y despojos), por una cantidad exportada de 121.082 t, un 14,8% menos. Entre enero y julio, España ha superado ya el millón de t exportadas, sumando 1,02 millones de t, un 2,2% menos que en 2016. En cuanto al valor obtenido en 2017 es de 283,7 millones de euros (-5,7%).

En carne de ovino y caprino, en julio se mantuvo la estabilidad en las ventas con un valor de 11,4 millones de euros. La cantidad exportada fue de 3.056 t en julio (-3,4%). Entre enero y junio, España ya ha exportado carne y despojos de este tipo por un valor de 102,3 millones de euros, cifra muy similar a la de 2016, por 25.884 t.

En el caso de la carne de aves, ha sido la que ha tenido un comportamiento más positivo. Sus ventas en julio crecieron en un 21% hasta las 18.561 t, por 27,18 millones de euros (+23%).

En el conjunto del año, pese a la subida de julio,

España lleva exportadas un 4,7% menos de esta carne (121.756 t), el valor ha sido de 175 millones de euros.

En cuanto a los derivados cárnicos, el valor creció hasta los 39,45 millones de euros en julio, un 15,5% más pese a que la cantidad exportada se ha reducido en un 16,5% (7.373 toneladas). El valor de lo exportado en el año asciende a 233,35 millones de euros, un 11,8% más y en cuanto a la cantidad se mantiene estable en 42.549 t.

Respecto a otro de los productos más representativos del sector cárnico, el jamón curado, las ventas en julio alcanzaron las 4.113 t, en niveles similares a julio de 2016. Pese a la subida exportaciones, el valor de las ventas se ha reducido en un 0,5% hasta los 35,3 millones de euros. La cantidad exportada en 2017 supera en más de 1.400 t a la de 2016 con 24.712 t y el valor asciende ya a 220 millones de euros, un 6,8% más. e

Presentada oficialmente la D.O.P. Jabugo

En un acto que se desarrolló en la Plaza Mayor de Jabugo (Huelva) y en el que han participado numerosas autoridades locales, provinciales y regionales, ha tenido lugar la presentación oficial del cambio de nombre así como la nueva imagen de la D.O.P. de Jabugo. Es el primero de actos como este que se van a realizar. (pág. 21).

### Latinoamérica

**22\_** El Mercosur considera escasa la oferta de carne por negociar ofrecida por la UE

### Empresas

**Grupo Jorge invertirá 135 millones de euros en Zuera**

El Grupo Jorge tiene pensado invertir unos 135 millones de euros en su planta de Zuera (Zaragoza) esperando crear unos 2.000 nuevos puestos de trabajo. Ello permitirá incrementar la capacidad de sacrificio en un 58% y el despiece en un 100%. (pág. 24).

### I+D+i

**29\_** Logran ampliar a 84 días la vida útil de la carne de vacuno envasada en los lineales

Anafric acudirá a Meat Attraction con 9 de sus empresas asociadas



La asociación empresarial cárnica Anafric va a estar presente en la primera edición de Meat Attraction que tendrá lugar en Madrid del 18 al 20 de octubre. La organización acudirá a esta primera edición con 9 de sus firmas asociadas en una participación agrupada.

Las empresas participantes serán Cárnicas Cohiver, Carns Romeu, Dastatzen, Fribin, Meat Center Ibérica, Moralejo Selección, Murgaca, Suncarn y Viñals Soler. Todas ellas mostrarán su amplio catálogo de carnes frescas, tanto de vacuno como de ovino y caprino, cortes y productos que comercializan.

Participarán con un stand de 300 metros cuadrados sumándose así a los más de 150 expositores previstos. Esto hace que Anafric considere el evento como "el más importante a nivel nacional en 2017". **e**

Anice apuesta por la existencia de una única asociación de industrias cárnicas a nivel nacional

Anice, la Asociación Nacional de Industrias Cárnicas de España, acaba de celebrar una reunión de su junta directiva para analizar la situación del sector cárnico en nuestro país. Al tiempo, también ha puesto en marcha el proceso electoral que llevará a la renovación de sus órganos de dirección, junta general y directiva, comité ejecutivo y presidencia para los próximos 4 años.

Durante esta reunión, la junta directiva de Anice apostó unánimemente por la necesidad de una única asociación nacional de industrias cárnicas, fuerte y



representativa de los intereses de las empresas del sector en toda España ante las autoridades e interlocutores nacionales, europeos e internacionales.

Además de estos temas, en la junta directiva se analizaron otros temas en los que sus distintos grupos de trabajo llevan trabajando desde hace tiempo. Entre ellos, destaca el desarrollo

de los auxiliares de inspección, la apertura de nuevos mercados de terceros países, la mejora de la transparencia en el sector ibérico, la puesta en marcha de una IGP para el jamón serrano, estrategias para adaptarse a los cambios en el consumidor o la mejora de los certificados de cara a la exportación y las prácticas medioambientales. **e**

Interporc concluye con gran éxito sus acciones de promoción en Filipinas

La Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (Interporc) desarrolló la pasada semana en Manila (Filipinas), un programa de actividades como parte del programa de internacionalización que la interprofesional está llevando a cabo en el continente asiático.

Las actividades se iniciaron con el encuentro *The Spanish Pork Night in Manila*, al que acudieron un centenar de asistentes, entre importadores, distribuidores, prensa especializada y profesionales de la hostelería, que fueron protagonistas de un espectacular *showcooking* a cargo del



prestigioso chef Kisko García, poseedor de una Estrella Michelin.

En el acto, el representante de Interporc, Daniel de Miguel, hizo una exposición sobre el sector porcino español y las oportunidades que se le presentan en Filipinas, donde con más de 103 millones de habitantes, la carne de cerdo es la más consumida. Además, se prevé un importante crecimiento de su eco-

nomía y por tanto del consumo de porcino.

La interprofesional reunió a los principales bloggers gastronómicos del país asiático en el Hotel Fairmont y celebró un *showcooking* en la Escuela Culinaria *Enderun Collegue*.

A lo largo de los últimos 5 años, las exportaciones de porcino de capa blanca al país asiático se han cuatuplicado, alcanzado en el año 2016 las 54.802 t, lo que, además, supuso un incremento del 40,4% respecto a 2015, que totalizaron los 50,5 millones de euros en valor, incrementándose en un 62% respecto a 2015. **e**

## Provacuno lleva a Roma las cualidades de la carne de vacuno española

El pasado 24 de septiembre tuvo lugar en la residencia del Embajador español en Roma una jornada de presentación de la carne de vacuno española que organizó la interprofesional de este sector, Provacuno. Al acto asistieron unos 100 invitados: diplomáticos, importadores y una amplia representación de medios de comunicación.

El Embajador español en Roma, Jesús Manuel Gracia Aldaz, puso de relieve los intensos vínculos en materia de alimentación y gastronomía existentes entre Italia y España. A continuación tomó la palabra Albert Juanola, Presidente de Asoprovac y miembro de



la Directiva de Provacuno, quien desgranó los objetivos de la Interprofesional en el inicio de su andadura internacional.

Finalmente, José Ramón Godoy, director de Internacionalización de Provacuno, expuso en su intervención las cualidades de una carne, como la de vacuno español, segura, saludable y de calidad.

Tras estas intervenciones llegó el momento de

mostrar la calidad de esta carne con diversas presentaciones hechas por los cocineros Iván Cerdeño, Miguel Ángel de la Cruz y Fernando del Cerro, que elaboraron tapas acompañadas por vinos y vermut.

Cabe recordar que el mercado italiano importa unas 400.000 toneladas de carne de vacuno al año y España exportó 22.500 t a este mercado en 2016. **e**

## Asici promociona el jamón ibérico en el Festival de Cine de San Sebastián

Un año más y llegado el mes de septiembre, Asici, la organización interprofesional del sector ibérico, ha promocionado el jamón ibérico coincidiendo con la edición de 65º Festival de Cine de San Sebastián, que se celebró del 22 al 30 de septiembre.

El producto estuvo presente, con un cortador profesional, tanto en la fiesta de inauguración como en la de clausura, en los cócteles del director y en la *Fiesta Made in Spain*, entre otros.

Por otro lado, la interprofesional Asici ha querido reconocer la trayectoria profesional del actor argentino Ricardo Darín, ganador del premio Donostia en su edición 2017, con un jamón ibérico que recogió con gran agrado. **e**

## Una sentencia del TSJCyL obliga al pago como horas extras las trabajadas en sábado en industrias cárnicas

El Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León ha ratificado la sentencia del juzgado de lo social nº1 de Ponferrada, en la provincia de León, en la que el Servicio jurídico de Comisiones Obreras en esta región reclamaba para un trabajador del sector de industrias cárnicas el pago como horas extraordinarias de la jornada realizada de forma sistemática los sábados desde hacía un año cuando el convenio colectivo del sector fija la jornada de lunes a viernes.



La sentencia del TSJCyL establece la obligación, en los supuestos en los se realicen jornadas diarias superiores, de entregar -al final de mes- copia al trabajador de las horas extras

realizadas. Como la sentencia de instancia declaraba probado que se trabajaba en sábados y el convenio no lo regula como día laborable, dicho trabajo en sábado es constitutivo de horas extraordinarias, por lo que la vulneración de dicho límite convierte en extraordinarias las horas trabajadas en sábados.

Por tanto, al ser horas extraordinarias la empresa tiene obligación de registrarlas y al no existir registro infringe el art. 35.5 del Estatuto de los Trabajadores. **e**

## Informe de la FVO sobre la producción de carne en Brasil tras la operación Carne Fraca

Un informe de la FVO describe los resultados de una auditoría llevada a cabo por la Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria en Brasil del 2 al 12 de mayo de 2017. Los objetivos de la auditoría fueron evaluar el funcionamiento de los controles oficiales sobre la producción de carne de vacuno, caballos y aves de corral, la carne y sus productos destinados a la exportación a la UE, los procedimientos de certificación de las medidas adoptadas por las autoridades brasileñas en respuesta a las Notificaciones de Alerta Rápida y en respuesta a las recientes investigaciones policiales en el sector cárnico.

En su caso, la auditoría evaluó las medidas de seguimiento adoptadas por las autoridades brasileñas en respuesta a las recomendaciones formuladas en informes de auditoría anteriores de la DG SANTE relacionados con el alcance de esta auditoría.

El sistema de control oficial brasileño para la producción de carne de vacuno, de caballos y de aves de corral, así como los productos derivados de éstos, destinados a ser exportados a la UE, tienen la capacidad de proporcionar las garantías necesarias, asegura la misión de la FVO pero, sin embargo, las deficiencias detectadas durante la auditoría demuestran que, para todos los sectores con



exclusión de la carne de vacuno, el sistema no se aplica plena o eficazmente y esto compromete la fiabilidad de la certificación de exportación.

En particular:

- Las autoridades competentes han puesto en marcha sistemas de auditoría y supervisión destinados a verificar la eficacia de los controles oficiales en los establecimientos autorizados para las exportaciones de la UE. Sin embargo, debido a las deficiencias en la implementación de estos sistemas, se encontró que no eran eficaces para detectar y actuar sobre incumplimientos significativos en el desempeño de las autoridades competentes a nivel estatal/local.

- Las autoridades competentes no han garantizado que todos los mataderos de carne de aves de corral autorizados para las exportaciones de la UE estén bajo la supervisión de veterinarios oficiales y/o se hayan realizado tareas ofi-

ciales de conformidad con las normas pertinentes de la UE;

- Si bien existen procedimientos detallados para la supresión de los establecimientos que pretenden dejar de exportar a la UE, la aplicación del sistema en vigor no garantiza que la lista de establecimientos autorizados para la exportación de la UE y comunicada a la Comisión sea exacta y mantenida hasta la fecha.

- En algunos casos, las disposiciones vigentes no garantizan que el personal que realice tareas oficiales esté libre de conflictos de intereses.

- Las autoridades competentes firman certificados de exportación a pesar de no poder determinar la veracidad de ciertas declaraciones.

Se comprobó que la autoridad competente central reaccionó rápidamente a las investigaciones policiales, incluida la suspensión de la producción y la cer-

tificación de los establecimientos exportados, lo que impidió la exportación de productos no conformes a la UE.

Sin embargo, sus actuaciones se limitaron a los 21 establecimientos objeto de investigación policial y al personal implicado: no se realizaron investigaciones de establecimientos vinculados ni al personal oficial sujeto a investigación que trabajaba en otros lugares. En el momento de la auditoría DG SANTE, la autoridad competente central no había considerado ninguna acción a largo plazo para prevenir situaciones similares en el futuro.

Es particularmente preocupante para la misión de la FVO que la mayoría de las deficiencias detectadas durante esta auditoría hayan sido objeto de recomendaciones en anteriores auditorías de la DG SANTE. Las autoridades competentes brasileñas habían proporcionado garantías por escrito de que se habían abordado las cuestiones a que se referían las recomendaciones anteriores. Sin embargo, las conclusiones de esta auditoría demuestran que esas garantías anteriores no eran fiables en algunos de los requisitos clave de la Unión Europea.

El informe contiene recomendaciones a las autoridades competentes para abordar las deficiencias detectadas. **e**

## Presentada oficialmente la DOP Jabugo

La Denominación de Origen Protegida (DOP) Jabugo ha sido presentada oficialmente en el entorno del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. El acto, celebrado en la sede del Consejo Regulador, se ha producido después de que en el mes de marzo culminara el cambio de nombre de la DOP Jamón de Huelva a DOP Jabugo.

El Consejo Regulador ha querido hacer partícipes de esta presentación a las personas e instituciones cercanas que han colaborado en la consecución de "este hito histórico, que comenzó a gestarse en el 2008 y hoy es una realidad". Así, el acto ha contado con representantes del Ayuntamiento de Jabugo, la Diputación de Huelva, la Junta de Andalucía y el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente; además de empresarios del sector ganadero y elaborador y de entidades e instituciones públicas y privadas del territorio.

El presidente del Consejo Regulador de la DOP Jabugo, Guillermo



García-Palacios Álvarez, ha explicado que "la DOP ha querido hacer una primera presentación, de las que vendrán, entre otras ciudades, en Madrid y París, en su propio territorio, porque somos conscientes de la importancia socio-económica que esta nueva etapa va a suponer en toda la comarca y en la misma provincia de Huelva y queremos que ese empuje se comparta y se trabaje entre todos".

De igual forma, ha subrayado que "la denominación de origen protegida tiene asumida la fuerza de la marca que ahora nos agrupa y la importante penetración que la misma tiene en los mercados, no ya sólo a nivel nacional sino internacio-

nal, y ello hay que aprovecharlo para que repercuta en un mejor desarrollo de la zona geográfica donde estamos, ya que queremos ser uno de los motores económicos de Huelva".

Desde este momento, el Consejo Regulador se encuentra trabajando para consolidar y dar a conocer el nuevo nombre. La imagen corporativa mantiene la tipografía utilizada en la DOP Jamón de Huelva y consiste en el término Jabugo sobre las palabras Denominación de Origen Protegida, ambas en color metal cobre sobre fondo blanco.

Se ha prescindido intencionadamente de cualquier imagen porque ninguna es capaz de representar todas las dimensiones del concepto DOP Jabugo. La utilización del cobre está motivada por su vinculación con esta zona y por las innumerables cualidades positivas de este mineral, incluso su tonalidad nos recuerda al descorche del alcornoque, árbol de gran importancia en las dehesas. **e**

## Interovic presenta ante la distribución catalana los nuevos cortes de la carne de cordero

La organización interprofesional del Ovino y Caprino de Carne, Interovic, organizó ayer una jornada de formación dirigida a los responsables de carnicería de una importante cadena local de distribución.

Los asistentes a esta demostración valoraron los nuevos cortes de lechal y cordero ya que se adaptan a las necesidades del nuevo consumidor.



La jornada fue impartida por el maestro carnicero Manuel Remiro quien ya ha desarrollado más de-

mostraciones de este tipo. Fue explicando cómo desde la canal se llega a estos nuevos usos, más pequeños y versátiles, destinados a una ingesta individual. Remiro fue dando a conocer uno por uno los nuevos cortes de cordero, forma de despiezarlos y cocinarlos, despertando gran interés por parte de los carniceros de esta cadena de supermercados. **e**

## Críticas en el Mercosur a las cuotas de carne ofrecidas por la UE en la negociación del tratado de libre comercio

Representantes del sector privado del Mercosur se reunieron con la negociadora jefe de la Unión Europea, Sandra Gallina, junto a negociadores de la parte sudamericana, para debatir puntos del acuerdo comercial entre los países que integran los dos bloques.

Durante el encuentro, promovido por la Confederación de Agricultura y Ganadería de Brasil (CNA), miembros del Mercosur relataron el sentimiento de "decepción" en relación a la oferta agrícola de los europeos, considerada esencial para la conclusión del acuerdo.

La principal crítica está dirigida a las cuotas de exportación establecidas para el etanol (600.000 toneladas) y para la carne de vacuno (70.000 toneladas). Según estiman, las cifras son inferiores a lo acordado hace más de 10 años, cuando las negociaciones habían sido interrumpidas.

"La discusión del etanol y de la carne de vacuno es difícil en ese momento en Europa. No es un problema con el Mercosur, sino una cuestión política interna. Hay otros puntos que ya están sobre la mesa como zumo de naranja, maíz, pollo y carne de



cerdo. Creo que eso puede ser interesante, especialmente para Brasil", afirmó la representante europea.

En opinión de la superintendente de Relaciones Internacionales de la CNA, Lígia Dutra, el encuentro permitió un momento de "apertura" entre el sector privado y los negociadores principales presentes.

"Fue una oportunidad de oro para que las entidades del sector privado lograran presionar un poco a la Unión Europea, que viene presentando una resistencia injustificada a ampliar las negociaciones y hacer una oferta más acorde con el tamaño del mercado del Mercosur", afirma Lígia.

El negociador jefe de Brasil, el embajador Ronaldo Costa, dice estar optimista en relación a la marcha del acuerdo: "Las

negociaciones han avanzado de forma muy positiva e importante a lo largo del último año. Este encuentro promovido por la CNA es una oportunidad valiosa porque permite a los negociadores un contacto directo y franco sobre el real interés de los distintos sectores económicos".

Además, desde la Federación de Asociaciones Rurales del Mercosur (FARM) considera escasa la oferta de 70.000 toneladas para la carne que la Unión Europea presentó a los países que integran el Mercosur, en el marco de las negociaciones del Acuerdo entre los dos bloques.

Según estiman, Europa consume casi 8 millones de toneladas de carne vacuna por año, por lo tanto, esas 70.000 toneladas significarían para los 500 millones de habitantes,

"unos 130 gramos en promedio, que equivalen a dos hamburguesas anuales por persona", estiman.

Se trata de un volumen que está lejos de las expectativas de los productores rurales de la Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, ya que, en conjunto, los cuatro países representan el 20% de la producción mundial de carne bovina y el 22% de su comercio internacional.

La oferta de la Unión Europea no llega a significar el 30% del volumen total exportado por el Mercosur con ese destino, "propuesta avara que no contribuye al necesario ánimo de integración comercial que se persigue con las actuales negociaciones".

Desde la FARM consideran que "se abre una etapa de negociación, exhortamos a que se realicen los mayores esfuerzos para mejorar las cuotas y las condiciones arancelarias para alcanzar el mejor acuerdo posible para los dos bloques".

En ese sentido, desde la FARM piden que no se avance en acuerdos definitivos bajo pautas insuficientes en las razonables aspiraciones de los sectores productivos del Mercosur. **e**

# PANTER



calzado de seguridad



2090 BLANCO 54



ZAGROS 02/52



MERLOT BLANCO 52



LÚPULO BLANCO 52

**H**PANTER  
HIDROGRIP



Test sustancia nocivas  
Según Oeko-Tex® Standard 100



Antimicrobial test certificate  
ISO 22196:2011

[www.panter.es](http://www.panter.es)

## Grupo Jorge invertirá 135 millones de euros para incrementar el sacrificio y procesado de carne de cerdo en un 58%

El Grupo Jorge tiene pensado invertir de aquí al 2020 unos 135 millones de euros en su planta de Zuera (Zaragoza) esperando crear unos 2.000 nuevos puestos de trabajo. Así lo han confirmado los máximos responsables de la empresa durante la visita que ha realizado el presidente del Gobierno de Aragón, Javier Lambán, a las instalaciones del complejo cárnico. Ello permitirá incrementar la capacidad de sacrificio en un 58% y la capacidad de despiece en un 100%.

El Grupo Jorge invertirá 134,58 millones de euros en Zuera entre 2017 y 2019 y creará 2.000 nuevos puestos de trabajo, lo que



le permitirá contar con 4.000 trabajadores en Aragón, según han explicado Sergio Samper, consejero delegado de la empresa.

Las inversiones de esta empresa aragonesa en su centro de Zuera en los dos próximos años incluyen in-

crementar la capacidad de sacrificio de 650 a 800/hora en el matadero, mejoras en sus salas de despiece, en el tratamiento de productos porcinos, en el almacén frigorífico, en una nueva sala de loncheados y en inversiones generales.

Actualmente el Grupo Jorge exporta la carne y productos cárnicos que elabora a más de 80 países de todo el mundo. El Grupo produce, sacrifica y comercializa el 14% de los 50 millones de cerdos en España.

En la actualidad el Grupo Jorge sacrifica 7 millones de cerdos en sus instalaciones de Aragón y Cataluña.

El presidente del Gobierno de Aragón, Javier Lambán, ha agradecido la apuesta de futuro “por y para Aragón” y la gran importancia que tiene la contratación de 2.000 personas en los dos próximos años y la inversión de 134,5 millones de euros. **e**

## Velati celebra su 150 aniversario

La firma italiana Velati, dedicada a la fabricación de tecnología para la industria alimentaria y cárnica fue fundada en 1867 en Milán. La compañía lleva trabajando en nuestro país más de 40 años entre las principales firmas de fabricantes de embutidos y productos cárnicos.

Tras unos inicios como fabricante de pequeña maquinaria, y desde hace 30 años bajo el mando de la familia Veronesi, cambió su tendencia para posicionarse en el mercado como proveedor de una amplia gama de avanzada maquinaria y líneas completas para la elaboración de



embutidos, mortadela, salchichas tipo *wurstel*, hamburguesas, etc.

Esta nueva filosofía y la apuesta por una constante innovación tecnológica han sido claves para su éxito, que se ha centrado en el I+D para satisfacer las necesidades especiales de sus clientes, buscando nuevas soluciones para un mercado

en continua evolución, destacando las líneas integradas completamente automáticas, controladas por su software de gestión automatizada, bajo la atenta supervisión remota de sus técnicos.

Con motivo de su participación en la pasada edición de IFFA, Velati

reunió a clientes y amigos para aprovechar y brindar por muchos más años de desafíos y éxitos profesionales.

En la actualidad Velati comercializa sus productos directamente en nuestro país con la colaboración de la firma Food Processing Systems, S.L. **e**

## Casa Matachín participa en un proyecto para fomentar la venta *on line* de sus productos

Casa Matachín está reforzando su estrategia de comercio exterior a través de internet. Para ello está participando en un proyecto pionero en nuestro país, el Marketplace o tienda virtual para alimentos de Alibaba. En él participan 22 empresas pertenecientes a la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón.

En esta tienda virtual Casa Matachín tiene 22 referencias de diversas gamas (conserva, fresco y congelado). Entre ellos, dentro de la gama de conserva, destaca el filete de pechuga de pollo entera en diferentes sabores.



Con este nuevo paso dentro del ámbito *on line*, Casa Matachín busca acceder a los mercados de Latinoamérica, Centroamérica, Países Árabes y Oceanía, además de reforzar su presencia en Europa.

Asimismo, la firma zaragozana estima que se trata de una iniciativa de referencia para continuar

posicionando y dar visibilidad a la marca Aragón.

Por otro lado, Casa Matachín también ha decidido formar parte de Mundospanish Aragón dentro de la plataforma Mundospanish. Se trata de la mayor red de empresas y contactos

españoles a nivel mundial, lo que permite la interconexión entre españoles y la apertura a nuevos mercados gracias a estas sinergias establecidas.

Con esta iniciativa, la empresa aragonesa, además de reforzar la marca, espera potenciar su red de distribuidores en el ámbito internacional. **e**

## Ishida Europe celebra el 20º aniversario de sus instalaciones en Reino Unido



En septiembre de 1997, Ishida abrió una planta para la fabricación de sus básculas y comprobadoras de peso en Woodgate (Birmingham, Reino Unido). Hoy en día la producción de esta planta se ha cuadruplicado y cuenta con 400 trabajadores que fabrican los equipos Ishida que se comercializan en el mercado EMEA junto a sistemas de llenado, niveladoras, selladores de bandejas plásticas, comprobadores de sellado y detectores de fugas.

El 20º aniversario de la inauguración oficial de la instalación, el 29 de septiembre de 1997, coincidió con el evento de recaudación de fondos de McMillan Coffee Morning en el Reino Unido para el apoyo al cáncer. Los empleados de Ishida marcaron la celebración recaudando fondos para esta organización.

"Nuestra planta desempeña un papel fundamental en nuestra capacidad para apoyar a nuestros clientes con productos de primera clase y tiempos de respuesta rápidos", concluye Dave Tiso, director gerente de Ishida Europe. **e**

## El Grupo Tello Alimentación patrocinará la San Silvestre de Toledo

El Mercado de San Agustín de Toledo ha acogido la presentación de la XXXVI San Silvestre Toledana, en la que además de comunicarse la apertura de inscripciones y otros aspectos como precios y los diferentes entrenamientos que se llevarán a cabo en la ciudad de cara a la prueba, se presentó al Grupo Tello Alimentación como patrocinador principal de la popular prueba deportiva navideña.

En su compromiso por ofrecer una alimentación



sana y de calidad para todos, así como fomentar unos hábitos saludables a través de la práctica deportiva, el Grupo Tello Alimentación ha querido ofrecer todo su apoyo como patrocinador principal y comprometido de la prueba más representativa, multitudinaria y popular de la región, que es la San Silvestre Toledana.

Durante la rueda de prensa, Alfonso Alcázar, director general del Grupo Tello Alimentación afirmaba que además de este compromiso por la alimentación saludable vinculada al ejercicio físico, los otros dos pilares fundamentales por los que la compañía se vincula activamente con San Silvestre Toledana son "apoyar la prueba deportiva popular y *amateur* más bonita y representativa de la región" así como su aspecto solidario. **e**

## Marcial Castro celebra el 25º aniversario de sus instalaciones

La firma de productos ibéricos Marcial Castro ha celebrado su 25º aniversario con una fiesta. Clotilde Sánchez, presidenta de la empresa y sus hijos Manuel y Javier Castro, director general y director técnico, respectivamente, se encargaron de recibir a los más de 400 invitados que asistieron a los diversos actos que organizaron.

Una pequeña exposición fotográfica daba la bienvenida a los invitados, antes de acceder al denominado “Espacio Marcial”, en el que se pudo disfrutar de una comida elaborada a base del producto estrella del ibérico. Tras el almuerzo, la familia Castro descubrió una gigantesca tarta, que representaba a la fábrica y que fue descubierta por los tres miembros de la familia.



La comida fue presidida por el viceconsejero de Desarrollo Sostenible y director general del ITACYL, de la Junta de Castilla, Jorge Llorente. Destacó en su intervención la importancia que empresas familiares “sigan manteniendo la tradición adaptada a los nuevos tiempos”, Llorente también quiso recalcar que Marcial Castro “ha creado

un estilo propio y una hoja de ruta de internacionalización que está empezando a recoger sus frutos”.

Clotilde Sánchez, el alma mater de la empresa, ofreció un discurso plagado de anécdotas y vivencias en las que el sentimiento estuvo por encima de las palabras. Momentos emotivos con recuerdos a su abuelo Tanis, su marido

Marcial o a todas aquellas personas que le han ayudado en todos estos años, marcaron el núcleo central de su intervención.

También destacó la importancia de la promoción de los productos ibéricos y recordó a sus distribuidores que “la promoción empieza por la calidad del producto y por el sentimiento que ponemos a la hora de elaborarlo”. Sánchez finalizó destacando “que Guijuelo es la cuna del jamón ibérico y que hoy hayan acudido más de 400 personas, permitirá exportar la imagen de Guijuelo a todos los rincones del país”.

En el evento concluyó con un homenaje a los 8 trabajadores que ayudaron al traspaso de la actividad a la planta que ahora cumple 25 años. **e**

## Asovino quiere captar mayor valor añadido con su nueva sala de despiece

La cooperativa zamorana Asovino tiene previsto captar clientes en nuevos mercados, gracias a la comercialización de su marca *Lechacito*, que ya tiene una amplia presencia en todo el territorio nacional, además de otros países europeos como Portugal, Francia, Suecia o Reino Unido, informa Oviespaña. “Queremos seguir aumentando nuestra presencia en otros países, princi-

palmente fuera de Europa. Está claro que el mercado árabe será uno de los grandes objetivos de esta internacionalización”, destaca Eduardo Marcos, gerente de la cooperativa. “Queremos ir paso a paso, sin grandes estridencias, pero con un crecimiento moderado de nuestras exportaciones”, detalla.

Para avanzar en este proceso, Asovino cuenta con una nueva sala de



despiece en la que procesar el lechazo producido en las explotaciones de sus socios, además de trabajar con menores cantidades de carne de cordero y también de animal adul-

to. “Queremos captar el valor añadido que se está quedando en otros eslabones de la cadena, para trasladárselo a nuestros socios y que puedan seguir teniendo rentabilidad en su actividad ganadera”, analiza Marcos.

Asovino cuenta en la actualidad con unos 320 ganaderos de ovino que producen anualmente una cantidad alrededor de los 120.000 lechazos. **e**

## Uvesa pone en marcha una campaña para transmitir hábitos saludables a los niños de Navarra

El Grupo Uvesa va a comenzar una colaboración con la empresa de catering Gourmet-Food a través de la campaña *Vive sano, vive feliz*, un proyecto educativo dirigido a más de 2.000 niños de Infantil y Primaria de Navarra, cuyo objetivo es transmitir hábitos de vida saludable y deporte durante el curso escolar 2017-2018.

La dinámica, desarrollada en los comedores de 50 centros educativos de la comunidad foral, se dividirá por trimestres y por te-



mas. La primera, entre octubre y diciembre, se centra en la higiene de manos y bucal bajo el lema *Si mi vida quiero cuidar, mi cuerpo tengo que cuidar* (o Vida sana, cuerpo sano).

Entre enero y febrero se hará hincapié en la alimentación sana (*Haz de tu alimentación tu mejor medicina*) y entre marzo y abril el lema será: *Muévete y diviértete*.

Como material educativo se desarrollará un cuaderno específico para los participantes por cada temática con distintos consejos y actividades (sopas de letras, laberinto...).

A final de curso todos los niños y niñas participantes recibirán un diploma y una camiseta. **e**

## Coren compra las instalaciones de Artesanos Gallegos de la carne

Novafrigsa, filial de Coren, ha comprado la sala de despiece de Artesanos Gallegos de La Carne después de que transcurriera el plazo dado por el Juzgado Mercantil de Lugo y no se presentaran más ofertas.

La compra de estas instalaciones ha supuesto un desembolso estimado en 1,9 millones de euros.

La sala se ubica en el polígono de Castro Ribeiras de Lea en Lugo. Cuenta con 7.000 metros cuadrados y por ella pasaba el 15% de la producción de Ternera Gallega. Las instalaciones llevaban meses cerradas tras el expediente de regulación de empleo y la suspensión de la actividad por concurso de acreedores. **e**

## EIPozo Alimentación colabora en un proyecto de I+D+i para conseguir alimentos más saludables y envases avanzados

El Consejo de Administración del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), del Ministerio de Economía, ha certificado el primer hito del proyecto de I+D, *Investigación y desarrollo experimental de nuevos alimentos más saludables y envases avanzados*.

Con una inversión de más de 7 millones de euros, el objetivo del estudio se centra en la obtención de nuevos ingredientes y formulaciones funcionales para la indus-



tria alimentaria, así como nuevos sistemas y materiales avanzados de envasado, que permitan la obtención de productos cárnicos más saludables y multifuncionales que respondan a las demandas de los consumidores.

La iniciativa está formada por un consorcio de ámbito nacional con siete socios empresariales, en

el que están presentes algunas de las empresas del sector agroalimentario, de ingredientes y de envasado más importantes. Está liderado por UVE y cuenta con la participación como socios de EIPozo Alimentación, Bandesur Alcalá, BTSA Biotecnologías Aplicadas, Monteloeder, Nurel y Plastienvase. Además participan 11 organismos públicos de investigación de reconocido prestigio, pertenecientes a distintas universidades y centros del CSIC. **e**

## Grupo Alfa no sacará a Bolsa parte de las acciones de Sigma Alimentos

A través de un comunicado Sigma Alimentos, propietaria de Campofrío Food Group, ha dado a conocer que Grupo Alfa, conglomerado empresarial mexicano al que pertenece, ha decidido no seguir con la salida de Sigma Alimentos a Bolsa.

La operación se había anunciado hace tiempo y la decisión se ha tomado por cuestiones administrativas. **e**

**Industrias  
Cárnicas Villar  
recibe el premio  
Espiga de Oro**



Se acaba de celebrar la entrega de premios del décimo octavo Concurso de Jamones Ibéricos D.O.P. Dehesa de Extremadura que organiza la Caja Rural de Extremadura.

El acto, celebrado en la Finca El Toril, ha contado con la asistencia de unas 200 personas entre autoridades, viticultores (se entregaba también el Premio Gran Espiga Cava), ganaderos y productores en una amplia representación de los sectores del jamón y cava extremeños.

El premio en esta edición 2017 ha correspondido a la firma Industrias Cárnicas Villar.

Por otro lado, las firmas ganadoras de la Espiga de Plata y la de Bronce han sido Montesano Extremadura y Agriculturas Diversas, respectivamente. **e**

**Faccsa-Prolongo cumple 40 años**



Faccsa-Prolongo acaba de celebrar su 40 aniversario con un gran evento al que asistieron tanto empleados como clientes y colaboradores. La actividad de la compañía comenzó en 1977, fecha en la que apenas si sacrificaban 12 cerdos al día, cuyas carnes y los productos que elaboraban eran comercializados en el mercado malagueño.

De aquel momento Faccsa ha pasado a ser una de las principales firmas cárnicas de Andalucía y de España con una producción de cerca de 4.200 cerdos diarios cuyas carnes y productos se venden tanto en nuestro país como fuera

de nuestras fronteras, ya que el 50% de su producción se destina a más de 20 países distintos.

La firma fue de las primeras en apostar claramente por la automatización y robotización en la producción, pero también por el bienestar animal y la producción de carne de cerdo ecológica de la que tiene una línea de producto.

En el acto, Ramón Soler, consejero delegado de la compañía, apostó claramente por seguir avanzando. Muestra de ello es el proyecto de ampliación de las instalaciones que busca llegar a sacrificar 7.000 cerdos al día. **e**

**Solina completa la compra de la española Grama Aliment**

Solina, uno de los principales productores europeos de ingredientes para la industria alimentaria, ha finalizado la compra de la firma olotina Grama Aliment.

Uno de los fundadores de la compañía, Ramón Antolín Carbonell, seguirá al frente de la gestión de la firma española.

Joaquim Vives, gerente de Solina Iberia, asegura que "Grama es una combinación de talentos y clientes, todos apasionados por la carne. Será una plataforma que ofrecerá los servicios de Solina disponibles en los mercados B2B, alimentación en España para carnes, comidas preparadas, *snacks*, salsas, etc". **e**

**WH Group incrementa su presencia en Europa con la compra de Elit y Vericom**



La firma cárnica china WH Group es propietaria de la totalidad de las acciones de Smithfield Foods, uno de los principales productores de carne de cerdo en EE.UU.

La firma estadounidense posee filiales en Rumanía y a través de ella WH Group ha cerrado la compra de las firmas cárnicas rumanas Elit y Vericom.

Entre las dos compañías cárnicas rumanas poseen 3 plantas cárnicas dedicadas al fileteado y envasado de carne, así como 5 centros de distribución en Rumanía. Al año comercializan unas 25.000 toneladas de carne envasada y poseen una red de distribución en todo el país y cerca de 12.000 clientes.

Ya en agosto pasado WH Group amplió su presencia en el este europeo a través de la compra de la división en Polonia del italiano Grupo Pini (Pini Polska, Hamburger Pini y Royal Chicken). **e**

## Logran ampliar a 84 días la vida útil de la carne de vacuno envasada

La demanda de carne fresca de vacuno ha aumentado un 80% en Cataluña y aunque su exportación se hace mayoritariamente en Europa, la demanda en Oriente Medio ha crecido.

Ante esto, varios agentes del sector han trabajado conjuntamente para dar respuesta a esta necesidad del mercado. Se trata del IRTA (Institut de Recerca y Tecnologia Agroalimentaria), Anafic (Asociación Empresarial Cárnica), el Grup Viñas (empresa productora y distribuidora) y la Companyia General Càr-



nia junto a Mercabarna (matadero, distribución y restauración).

El objetivo de este proyecto era extender hasta 84 días la vida útil comercial en refrigeración de piezas de carne de vacuno envasadas al vacío para la exportación. Para conseguirlo, se han reproducido las condiciones reales de transporte de la

mercancía en un contenedor instalado en Vic (Barcelona), a través del cual se han monitorizado distintos parámetros como la luz y la temperatura.

El IRTA ha sido el encargado de analizar en el laboratorio la calidad de la carne desde el punto de vista microbiológico y fisicoquímico.

Ha contado con un presupuesto de 281.428 euros, financiados a través de la Unión Europea, el Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Cataluña y fondos propios. **e**

**El CDTI concede más de 24 millones de euros a 65 proyectos de I+D+i empresarial**

El Consejo de Administración del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) ha aprobado 65 nuevos proyectos de I+D+i con un presupuesto total que asciende a un total de 33,9 millones de euros. Aportará 24,9 millones de euros impulsando, de esta manera, la I+D+i empresarial.

Participan 65 empresas y el 67,7% son pymes. De éstas, el 31,8% pertenece a sectores de media y alta tecnología. Del total de las compañías implicadas, 26, es decir, un 40%, recibe, por primera vez, financiación del CDTI. **e**

## Asincar coordina un proyecto para el control del ahumado en productos cárnicos tradicionales

El Centro Tecnológico Agroalimentario Asincar coordina un proyecto nacional para el control del ahumado en productos cárnicos tradicionales. Este ha sido concedido dentro de la convocatoria de grupos operativos supraautonómicos en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020 (PNDR), financiado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, y el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader).

Las labores de este grupo operativo se han iniciado en una reunión celebrada en la sede de Asincar en Noreña y en ella estuvieron presentes las empresas Arango e Hijos S.L. (Asturias), Hermanos Bernal Hernández, S. L. (Aragón), Noval Junquera



e Hijos S.L. (Asturias), El Hórreo Healthy Food S.L. (Asturias), Embutidos Santa Cruz de Montes S.A. (Castilla y León), así como los Consejos Reguladores del Chosco de Tineo y del Botillo del Bierzo así como representantes de Anice, la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España.

En el encuentro se plantearon las actuaciones que se llevarán a cabo

en los ahumaderos tradicionales de la industria cárnica para controlar la generación de los compuestos que se producen en la combustión.

Mayte Villastrigo, coordinadora de Asincar, destacó la importancia de la puesta en marcha de este grupo operativo a nivel nacional, ya que “nos permitirá fijar las pautas para controlar el proceso de ahumado, estandarización del producto, mejorando la calidad del mismo dentro de una elaboración tradicional”.

Cabe destacar además que este proyecto ha recibido la octava mejor puntuación de la convocatoria en la que han sido aprobados la creación de unos 60 proyectos y se habían presentado algo más de 200 propuestas. **e**

## ElPozo estrena página web



ElPozo Alimentación acaba de estrenar web orientada a cubrir las exigentes necesidades y expectativas de sus consumidores. La nueva *site* es muy intuitiva y fácil de utilizar, ya que se ha potenciado al máximo la usabilidad. Un espacio atractivo gracias a sus espectaculares fotografías, actual, útil y práctico, que se presenta en español e inglés.

La página [www.elpozo.com](http://www.elpozo.com) es visitada anualmente por más de tres millones de usuarios y es por tanto un soporte informativo de referencia para la compañía y uno de los grandes sites de alimentación. Esta nueva propuesta es cien por cien *responsive*, es decir, que se adapta a todas las pantallas (ordenador, móvil y *tablet*) para ofrecer un mejor rendimiento al cada vez mayor número de usuarios que acceden a la información y servicios digitales por los medios más diversos.

Además, presenta una nueva disposición de la información que facilita la consulta de los contenidos de manera ágil y fluida. La nueva web de ElPozo hace mucho hincapié en las características nutricionales de sus gamas de productos, todos ellos elaborados sin gluten,

o los que son sin lactosa o bajos en grasas y sal, con el objetivo de facilitarles la vida a los millones de personas que en España sufren algún tipo de intolerancia alimentaria.

El portal incluye información sobre la historia de la empresa creada en 1954, su diferencial proceso productivo, que se resume en el lema de la empresa 'Contigo de principio a fin', así como un homenaje a su equipo humano, artífice principal del éxito de la organización. También cuenta con un amplio canal de prácticas y sencillas recetas para ofrecer alternativas de consumo de los productos ElPozo.

Este lanzamiento responde al objetivo de ElPozo de potenciar todos los canales de comunicación disponibles para los públicos con los que interactúa, ser transparentes y cercanos y tener la mayor cantidad posible de interacciones.

ElPozo cuenta con una comunidad de internautas en sus distintos canales de comunicación, Facebook, Twitter, Google+ y Youtube superior a las 70.000 personas, con las que mantiene una comunicación directa. Los productos de ElPozo están presentes en ocho de cada diez familias. **e**

## Nace el Bromatoblog



El Doctor en Veterinaria Ángel Manuel Caracuel García ha creado, junto a una serie de colaboradores, el **Bromatoblog**, que se define como un espacio de difusión de la alimentación, de los alimentos y de la nutrición.

Bajo este nombre se encuentran una serie de profesionales, "y sin embargo amigos", que trabajan en algún campo relacionado con los alimentos, pero que además, entienden que la difusión de su experiencia y bagaje profesional puede servir para mejorar la forma de alimentarnos y nuestra calidad de vida.

El blog cuenta con varias secciones: *snacks*, vídeos, eventos, *bromatotips*, artículos y "A fondo", donde se tratan temas con mayor profundidad, como es el caso, si visitan ahora la web, de la *Salmonella*. **e**

[www.bromatoblog.es](http://www.bromatoblog.es)



**Haratek**

# Nuevo sistema de vacío *Flow-Bag*



Confeccionamiento de la bolsa

Vacío y sellado



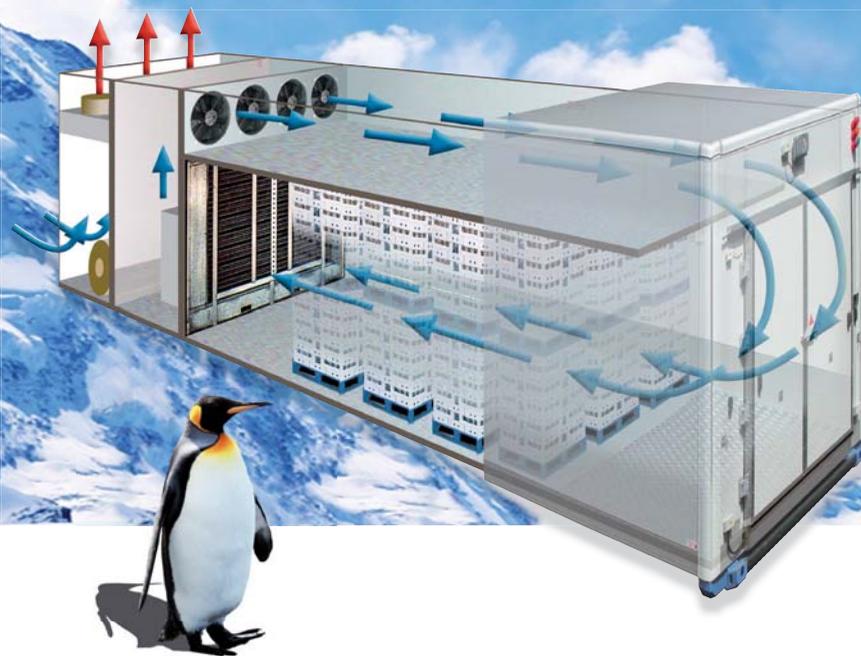
Servicio técnico propio de ámbito nacional

**Haratek**

| +34 943 33 28 21

| info@haratek.com

| www.haratek.com



## Túneles de congelación y descongelación en alquiler

- ✓ La solución flexible y eficiente para la congelación/descongelación rápida y controlada de sus productos.
- ✓ Equipos plug&play, de fácil ubicación y uso.
- ✓ Desde 8 a 32 palets de capacidad.
- ✓ De 22 kW a 100 kW de potencia frigorífica para congelar/descongelar desde 2 a 20 toneladas diarias de carne.
- ✓ Mayor control sobre el producto y costes más bajos que la congelación externa.
- ✓ Recientemente re-diseñados con mayor eficiencia energética.
- ✓ Alquiler a corto y largo plazo con mantenimiento incluido.
- ✓ Conforme a las normas HACCP y BRC.

Cámaras frigoríficas bitémpera

Cámaras de atemperado

Cámaras inflables

Cámaras acoplables

Salas de producción

**totalmente portátiles en alquiler**



Un equipo adecuado para cada aplicación



Cámaras frigoríficas

La solución cuando necesita espacio adicional a temperatura positiva o negativa de forma temporal.



Túneles de congelación

La solución para congelar o enfriar de forma rápida y controlada.



Cámaras HOTBOX

La solución para su escasez de espacio en caliente.



Cámaras de descongelación

La solución para atemperar o descongelar su producto de forma controlada.



Cámaras de maduración de frutas

Diseñada específicamente como almacén para madurar diversas variedades de fruta.



## ¿Por qué tener en cuenta a DAWSONRENTALS?

- 1 Un nombre consolidado desde 1935.
- 2 Líder en el sector del alquiler en toda Europa.
- 3 Solvencia.
- 4 Experiencia de años con un equipo humano estable.
- 5 Equipos PREMIUM con prestaciones de calidad, un alto grado de fiabilidad, durabilidad y facilidad de uso.
- 6 El mayor número de prestaciones de serie y otras opcionales en sus equipos.
- 7 Soporte Técnico del producto en toda Europa.
- 8 Amplia variedad de modelos, con un diseño para cada uso.
- 9 Innovación y desarrollo permanentes.

## ¿Por qué alquilar?

- ✓ Visión clara de los costes.
- ✓ Sin necesidad de préstamos ni licencias de obra.
- ✓ Ventajas fiscales.
- ✓ Su necesidad de espacio puede variar.
- ✓ Incrementará el rendimiento visible del capital invertido, de modo que resultará más eficiente y atractivo para los proveedores.
- ✓ Soluciones rápidas y eficientes en caso de urgencia.
- ✓ Acceso a la última tecnología a su alcance.
- ✓ Una única persona de contacto para todas las necesidades.
- ✓ La tranquilidad del servicio técnico incluido.

## VENTAJAS DEL ALQUILER



Soluciones a medida



Menor riesgo



Crecimiento



Calidad



Rendimiento

# Tus proveedores de referencia en el sector del cerdo



FRISELVA SA, es un matadero y sala de despiece de carne de cerdo y sus productos derivados con una larga tradición empresarial en el sector porcino iniciada en el año 1950.

Nuestro compromiso con la calidad y el servicio están enfocados en la satisfacción de nuestros clientes y la responsabilidad social corporativa.



**TASTE THE FUTURE**  
COLOGNE, 07.-11.10.2017  
HALL 06 STAND A030

10 TRADE SHOWS  
IN ONE



**meat  
attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO



18 - 20 Octubre. IFEMA Madrid  
Visítanos. STAND 3D05

## FRISELVA S.A.

MATADERO FRIGORÍFICO Y SALA DE DESPIECE  
Tripería y planta de subproductos



Ctra. Nacional II, km 706,5 • 17457 Ruidellots de la Selva (Girona)  
Telf. +34 972 478 250 • Fax +34 972 478 222  
info@friselva.com • www.friselva.com

## Entrevista con Isabel García Tejerina, ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

**“Todo el mundo en España, y cada vez más países del extranjero, sabe ya que la carne producida en nuestro país es de muy alta calidad”**

Hacía tiempo que en las páginas de **eurocarne** no contábamos con la opinión del Ministerio de Agricultura sobre la marcha del sector cárnico y las demandas de la industria. En esta entrevista con Isabel García Tejerina, la ministra nos comenta la opinión del departamento sobre muchas de estas cuestiones.

Jesús Cruz  
eurocarne  
jcruz@eurocarne.com

**H**ablar con Isabel García Tejerina, ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, supone obtener respuestas. En distintas etapas ha estado ligada a este Ministerio con diversos puestos de responsabilidad y va camino de convertirse en una de las personas que durante más tiempo ha ostentado esta cartera ministerial, lo que sin duda es señal de su buen hacer y consenso sectorial.

Durante la entrevista, García Tejerina responde con datos concretos y minuciosidad a las preguntas que le formulamos y pone de manifiesto el buen hacer del sector cárnico, destacando el crecimiento que ha tenido en los últimos años y sus posibilidades de futuro.

**¿Qué representa el sector cárnico dentro del conjunto de la producción agroalimentaria española?  
¿Cómo ha evolucionado en los últimos años?**

El sector cárnico tiene un papel muy relevante dentro de los datos de la industria de la alimentación en España. Las empresas encargadas del procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos suponen el 22% de la facturación de la industria alimentaria; en números, más de 20.000 millones de euros.





En lo que respecta a la evolución del sector, sin duda contamos con resultados positivos. Y esto es fruto principalmente de la evolución tan favorable registrada por las exportaciones del sector, con un incremento superior al 30% en los últimos cinco años.

Este buen comportamiento en el exterior ha compensado con la reducción que se viene registrando en el consumo nacional; una caída que tiene causas ajenas al sector, como el descenso de la población y los cambios en las estructuras familiares.

Por lo tanto, el sector es muy relevante y tiene datos positivos, pese a los problemas externos a él que podrían afectarle.

### **¿Cómo ayuda el actual nivel de la sanidad en la cabaña ganadera española a mantener la evolución del sector cárnico?**

Sin duda, la adecuada sanidad de la cabaña es uno de los valores del sector, especialmente a la hora de poder abrir nuevos mercados. En realidad, no solo lo sanitario: la alta preparación y compromiso de los profesionales nos permite tener las mejores prácticas industriales y empresariales, e innovar en cada punto de la cadena. Con esa carta de presentación resulta más sencillo introducir nuestros productos en terceros países, como ha ocurrido por ejemplo con el porcino.

En la actualidad, la lista de destinos geográficos a los que nuestros productores pueden exportar suma 107 países. Y no nos conformamos. Por eso, seguimos trabajando en materia sanitaria, diplomática y empre-

sarial para apuntalar la posición de España en el mercado mundial.

En este sentido, acabamos de destinar 7,8 millones de euros para la línea de programas estatales de erradicación de enfermedades en los animales y plantas. Una inversión así tiene como objetivo afianzar las mejoras conseguidas y mantener el actual buen estado sanitario y la gran imagen de nuestros alimentos cárnicos.

### **¿Qué importancia tiene la actividad ganadera y cárnica para el desarrollo rural hoy en día?**

Cualquier actividad económica que tenga futuro y sea puesta en marcha en el medio rural le estará dando un futuro a nuestro campo. Así que este Ministerio apuesta por toda actividad que consiga revertir el proceso de envejecimiento y abandono de nuestros pueblos. Ese es, sin duda, uno de los grandes retos que tiene el desarrollo rural: en los últimos 15 años, la

población de estas zonas ha descendido en un 8%, y queremos darle la vuelta a la situación.

Este 2017, como muestra de nuestro compromiso, hemos aprobado una distribución territorial de 123,2 millones de euros fondos para la ejecución de programas agrícolas, ganaderos y agroalimentarios, y para la financiación de los Programas de Desarrollo Rural 2014 – 2020.

También apostamos por los jóvenes, que en el sector agrario son el motor del emprendimiento y la innovación. Creo sinceramente que los jóvenes pueden encontrar atractivo el campo, buscarse un futuro y desarrollar nuevas oportunidades de negocio. Con formación, potenciando el retorno al campo de los jóvenes que se han formado en el medio urbano, estoy convencida de que podremos asentar y revitalizar los territorios rurales.

Y ese convencimiento se materializa en la Estrategia Nacional de Modernización y Diversificación Rural del MAPAMA. En colaboración con las comunidades autónomas y otros agentes del sector, queremos implementar 38 medidas con enfoque integral para favorecer la modernización de la agricultura y la diversificación de las actividades en nuestro campo.

Con todo ello, esperamos que 20.000 nuevos agricultores se incorporen a la actividad agraria en el periodo 2014-2020, y se unan a los 15.000 que lo han hecho desde 2007 y hasta 2013. Confiamos en ellos para revitalizar la actividad ganadera y cárnica, y con ello, dar un nuevo impulso al mundo rural.

**Una de las solicitudes del sector cárnico es unificar las competencias en materia de comercio exterior sobre todo para evitar trabas burocráticas. ¿Cómo puede el Ministerio ayudar a enmendar esta situación?**

Los productores deben saber que el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente no escatima ningún esfuerzo en todo lo que sea aumentar las facilidades para su crecimiento.

En ese sentido, me parece muy destacable la creación de la Dirección General de Sanidad de la Producción Agraria, que ha permitido coordinar y simplificar los trámites para las exportaciones. Igualmente, es importante señalar que hoy día existen tanto un sistema informático unificado, que facilita los trámites, como un Real Decreto que establece un procedimiento único para la certificación de exportaciones.

Probablemente gracias a acciones como éstas, unidas al esfuerzo del propio sector, los datos de crecimiento exterior son tan positivos: desde 2011 hasta las últimas cifras de este 2017, el sector agroalimentario español ha crecido un 70% en terceros países.

Por otro lado, se viene trabajando en establecer cauces de colaboración entre las administraciones y el sector, para hacer más fáciles los procesos y trámites para la exportación. Para ello en septiembre de 2012 se constituyó el Grupo de Trabajo de Internacionalización del Sector Agroalimentario, GTISA, en el que están representados todos los departamentos e instituciones con competencia directa o indirecta en el comercio exterior de nuestros productos. Han sido cinco años de trabajo intenso, y que, como se ve, comenzamos ya en la anterior legislatura.

*“ En medio de la crisis y pese al veto ruso la industria alimentaria ha crecido y aportado de modo fundamental a la recuperación económica ”*

Y este 2017 ha sido un año fructífero en lo que se refiere a la internacionalización, dentro de la labor de las ocho mesas sectoriales. En todas ellas, también en la mesa del sector cárnico y en la del sector lácteo, no hemos dejado de diagnosticar posibles problemas y plantear las soluciones más efectivas. Confío en que esta línea de trabajo dará sus frutos.

**Tras el cierre del mercado ruso hace 3 años, los exportadores de carne de cerdo se han centrado sobre todo en los mercados asiáticos. ¿Qué mercados están próximos a ser abiertos y para qué tipo de carnes?**

Quiero felicitar, en primer lugar, a las empresas y organizaciones sectoriales, por el gran trabajo que han desarrollado en estos tres años. Han sido capaces de llevar a cabo una magnífica gestión para evitar las consecuencias del cierre del mercado. Y, gracias a ese trabajo, las exportaciones de productos cárnicos se han incrementado en más del 100%, manteniendo una tendencia positiva. Es decir: en medio de una crisis, y pese al veto ruso, la industria alimentaria ha logrado crecer y ha aportado de modo fundamental a la recuperación económica. Ese dato habla muy bien del sector.

Ahora, debemos trabajar en el gran potencial de expansión que tiene. Respecto al sector líder en España,



**Pimentón de la Vera**

*Denominación de Origen Protegida*

**Pimentón ahumado**

**dulce, agridulce y picante**



[www.lachinata.com](http://www.lachinata.com)

el porcino, estamos negociando con las autoridades sanitarias de varios países, tanto para abrir nuevos mercados como para ampliar la lista de productos exportables.

En los últimos años, hemos trabajado muy intensamente con Chile, Indonesia, Taiwán, Colombia, Panamá, Brasil, Nueva Zelanda... por poner unos cuantos nombres. En algunos países, como China, México o Arabia Saudí ya se han iniciado las exportaciones, y con otros seguimos trabajando. Es una labor que este Ministerio ejerce de modo constante.

*“ Si los productos orientados a veganos o vegetarianos no respetan las normas establecidas, no podrán utilizar estas denominaciones de venta ”*

**En el mercado hay productos que no contienen carne pero que sí utilizan denominaciones recogidas en la Norma de Calidad de derivados cárnicos. ¿Han pensado desde el Ministerio algún tipo de medida para solucionar esta situación?**

Esta cuestión ha sido estudiada por el Ministerio con el sector y las comunidades autónomas, y se ha logrado un acuerdo de interpretación de la normativa, el pasado 26 de octubre de 2016, en la Mesa de Coordinación de la Calidad Alimentaria. Un acuerdo muy claro que afirma que los productos cuya denominación de venta sea una denominación legal, recogida en su correspondiente Norma de Calidad, deben tener como ingrediente esencial algún producto cárnico.

De dicha Mesa forman parte, junto al MAPAMA, los servicios de control de la calidad y defensa contra fraudes de las comunidades autónomas. Contamos con ellos, y con la colaboración y vigilancia del sector, para cumplir una norma que está clara y hay que respetarla, y señalar al que no la cumpla.

Si los productos, muchas veces orientados a consumidores veganos o vegetarianos, no respetan las normas establecidas, no podrán utilizar las denominaciones de venta. Creo que no es necesario tomar medidas complementarias, sino hacer cumplir estrictamente la norma.

**El consumo de carnes y productos cárnicos en los hogares está estancado desde hace varios años. ¿Se han planteado la posibilidad de poner en marcha**

**campañas de promoción para fomentar su consumo al igual que se ha hecho con otros productos?**

Como le decía y motivado fundamentalmente por la evolución de la población española, desde 2012 el descenso en ventas la carne fresca está haciendo que la demanda global disminuya. El consumo de carne congelada y carne transformada se mantienen estables, pero es la carne fresca, que supone la mayor parte del sector, quien ha sufrido mayor contracción.

El dato más reciente es que, en 2016, el consumo doméstico de carne retrocedió un 1,6% respecto al año anterior. Aun así, los hogares destinan a la compra de carne casi un 21% del presupuesto asignado para alimentación. Hablamos de 320 euros por persona al año.

No obstante, si en un futuro fuera necesario crear campañas (del estilo del “De aquí y de ahora” que se han abordado con la fruta de temporada), se crearán, sin duda. Pero no solo las campañas son importantes para fomentar el consumo. Por eso, se han incrementado de manera sostenida los últimos años los fondos comunitarios y los propios para promoción de nuestros alimentos en el exterior. Y seguimos trabajando en ferias, dentro y fuera del país, en colaboración con embajadas, turismo y con el propio sector.

En este ámbito de la promoción del consumo, quiero también hacer mención al creciente protagonismo que están adquiriendo las Organizaciones Interprofesionales del sector cárnico, algunas de ellas de muy reciente creación. Sin duda, están sabiendo aprovechar los fondos comunitarios para promoción, y desarrollando importantes actuaciones para dar a conocer las bondades y cualidades de los productos españoles a los consumidores, tanto en España como en otros países.

**¿Qué opina de informes como el de la OMS que relacionan el consumo de carne con distintos tipos de cáncer así como de otros informes de este tipo?**

Creo que debemos ser prudentes con valoraciones sobre estas cuestiones. Todos los especialistas médicos nos hablan de la importancia de una dieta equilibrada, en la que se incluya la carne. Lo importante es ese concepto de “equilibrado”, puesto que esos problemas de salud están asociados al consumo continuado y excesivo, como ocurre en otros países. La moderación es la clave en todas estas cuestiones.

No debemos olvidar que la carne y los productos cárnicos tienen un alto valor nutricional y forma parte de nuestra alimentación tradicional que integra la Dieta Mediterránea, patrimonio inmaterial de la Humanidad. Riqueza, variedad y equilibrio son tres conceptos clave de esta Dieta, junto con el ejercicio físico.

**Este tipo de ataques al consumo de estos productos, ¿no haría necesario dignificar un sector como la industria cárnica y con una representación tan amplia dentro de la gastronomía y los productos alimentarios españoles?**

Yo creo que los consumidores ya lo hacen cada día, con su confianza; y los productores demuestran, también a diario, su profesionalidad y saber hacer. El pasado año se consumieron en España más de 1,6 millones de toneladas de carne; cada español consume 50 kilogramos al año; nuestros productos cárnicos son grandes embajadores de nuestro país y constituyen un sector imprescindible en nuestra balanza comercial... Y todo esto es gracias a que los productores trabajan con los mayores estándares de calidad.

Si su pregunta es sobre la promoción, sobre si debemos promocionarlo más o de otro modo, puedo estar de acuerdo en que todo es susceptible de mejora. No me gusta conformarme con los datos positivos, siempre hay algo que se puede hacer. Pero no hablaría de dignificarlo: creo que todo el mundo en España, y cada vez en más países del extranjero, sabe ya que la carne producida en nuestro país es de muy alta calidad. No es solo un producto digno: es un producto extraordinario.

**En los últimos años, ¿qué papel han pasado a jugar las interprofesionales como representantes del conjunto del sector ganadero y cárnico?**

Son ya 23 años los que llevamos con las organizaciones interprofesionales agroalimentarias reconocidas y reguladas por ley. Se ha cumplido la mayoría de edad de las mismas, y creo que hoy día podemos considerarlas fundamentales.

Su papel de fomento de la investigación, el desarrollo y la innovación; la promoción de los diferentes sectores a los que representan; el fomento del consumo; la mejora de la eficiencia y transparencia de los mercados; las labores de coordinación... son muchas las facetas que abarcan y en las que ya son imprescindibles. Algunas suman una importante labor de internacionalización, como Interporc, a la que hace ahora tres años le concedimos el premio Alimentos de España por su papel difusor en el extranjero de las bondades de nuestro porcino.

Actualmente, el conjunto del sector cárnico ha sabido valorar la importancia de estas organizaciones, lo que ha hecho posible que todos los subsectores dispongan de su correspondiente Interprofesional; algunas, como he dicho, de muy reciente constitución. En todos los casos están realizando una gran labor en la vertebración del sector y en apoyo de sus empresas.



## EL SASTRE PARA TUS SISTEMAS DE LAVADO



[www.mimasa.com](http://www.mimasa.com)

### Especialista en sistemas de lavado y secado para la industria alimentaria.

Desde 1986, diseño y fabricación de maquinaria y tecnologías a medida para el lavado y secado en la industria alimentaria.

Los más de 30 años desarrollando soluciones innovadoras, junto con el talento y esfuerzo de nuestro equipo humano, son la base sobre la que se construyen nuestros equipos. Los clientes que eligen un sistema Mimasa tienen la tranquilidad de obtener una solución completamente personalizada y adaptada a sus necesidades. Además, saben que los sistemas Mimasa, gracias a la calidad de sus materiales, acabados y prestaciones, serán equipos que trabajarán al máximo durante muchos, muchos años.

Contáctenos. Sin duda alguna, sus problemas de lavado encontrarán una solución a medida en Mimasa.

#### GAMA COMPLETA DE MAQUINARIA PARA EL LAVADO Y EL SECADO DE:





En definitiva, son actores muy importantes en el presente, y lo serán también en el futuro para que el sector ganadero pueda aprovechar al máximo las oportunidades que se le plantean, y esquivar en la medida de lo posible los riesgos e incertidumbres que podamos encontrarnos. La colaboración de este Ministerio con las interprofesionales ha dado, da y seguirá dando buenos frutos.

**A nivel asociativo, ¿sería más fácil para la Administración dialogar con una única organización de representantes del sector cárnico y no atender a las demandas de varias tal y como ocurre hoy en día?**

Lo realmente importante es que las organizaciones estén bien organizadas internamente. Solo así, y desde abajo hacia arriba, tienen capacidad para representar y defender los intereses de todos sus asociados, con independencia de su tamaño o de su localización geográfica. Eso sí: no cabe duda de que habrá una mejor interlocución si esas organizaciones agrupan a la mayoría del sector.

No obstante, corresponde a los empresarios organizarse, bajo la forma que consideren más adecuada para

la defensa de sus intereses, con criterios representativos y democráticos. Y esas organizaciones encontrarán siempre el apoyo del Ministerio de Agricultura, que tendrá siempre las puertas abiertas para trabajar en beneficio del conjunto del sector.

**El sector, junto con IFEMA, ha organizado la primera edición de Meat Attraction, la primera feria monográfica dedicada a la industria cárnica. ¿Qué opina de esta iniciativa?**

Me parece tremendamente valiosa. Como Ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, no puedo más que apoyar y animar a la organización de la feria, expositores, productores y empresas transformadoras a encontrarse, intercambiar experiencias, coincidencias, divergencias y colaborar para mantener un tejido agroganadero y, en este caso cárnico, unido y con un mismo objetivo: ser cada día más fuerte.

Teniendo en cuenta la fortaleza del sector cárnico, estoy convencida que Meat Attraction será un éxito, con un largo recorrido en los próximos años.

**Por último, ¿Cómo puede la economía circular ayudar al desarrollo de este sector y del conjunto de la industria alimentaria?**

La economía circular es un proyecto tan ambicioso como necesario. Estamos en pleno proceso de desarrollo e intercambio de ideas y propuestas para elaborar una Estrategia Española para la Economía Circular, que ya hemos plasmado en un pacto de diez puntos que han firmado, por el momento, más de medio centenar de agentes sociales y empresariales.

Creo que la industria alimentaria puede jugar un gran papel dentro de esta apuesta. Y, quizá, plantearía la pregunta de modo recíproco: ¿qué puede hacer la economía circular por la industria agroalimentaria... y qué puede hacer la industria agroalimentaria por la economía circular?

No cabe duda de que tenemos que seguir produciendo alimentos, generando empleo y riqueza; pero debemos hacerlo de manera más sostenible, más justa con el planeta. Si conseguimos que cada elemento que entra en una cadena de producción - materia prima, material, energía - se aproveche al máximo y, además, deje la menor huella posible al término del proceso, seguramente ahorraremos costes. Y, por supuesto, contribuiremos a la sostenibilidad. Y debemos de ser conscientes de que la economía del futuro será circular... o no será. **e**

*“ Teniendo en cuenta la fortaleza del sector cárnico, estoy convencida que Meat Attraction será un éxito con un largo recorrido en los próximos años ”*

*Jamón Serrano curado  
en los Pirineos*



*Ramon  
Ventulà*

**Un sabor  
especial y único,**  
*el sabor de la dieta mediterránea*



**PRODUCTO  
DE ESPAÑA**

*Jamón Serrano,  
Chorizo,  
Salchichón,  
Fuet y Panceta.*

Esperança, 9  
17858 LA CANYA (Girona) Spain  
T. +34 972 29 30 33  
F. +34 972 29 02 26  
ventula@ventula.com  
[www.ventula.com](http://www.ventula.com)

European **High-Level** Certification





# Meat Attraction, la gran feria que el sector cárnico necesitaba

David Barreiro  
eurocarne

[dbarreiro@eurocarne.com](mailto:dbarreiro@eurocarne.com)

Entre el 18 y el 20 de octubre, el pabellón 3 de Ifema, en Madrid, acogerá la primera edición de Meat Attraction, la única feria dedicada en exclusiva al sector cárnico en España. Se trata de un certamen muy esperado y que en esta primera convocatoria acogerá a más de 150 empresas con una apretada agenda de actividades paralelas entre las que destaca la exposición de pintura de la colección **eurocarne**.

**S**e acerca la fecha. Después de meses de intenso trabajo por parte de los organizadores, Feria de Madrid y la Asociación de Industrias de la Carne de España (Anice), nos encontramos ya a tan sólo unos días de la celebración de Meat Attraction, la feria integral de la industria cárnica que ocupará el pabellón 3 del recinto ferial de Ifema entre el 18 y el 20 de octubre. Y Meat Attraction, a pesar de ser una recién nacida, parece llegar para quedarse por el aval de experiencia ferial que aporta Ifema, por la colaboración de Anice y, también, por el interés que ha generado entre las empresas cárnicas, tanto proveedoras de tecnología y servicios como productoras, que sentían la necesidad de una feria específica del sector, a imagen y semejanza de otras que se celebran a nivel internacional desde hace muchos años con rotundo éxito y que no hacen más que reflejar la importancia crucial que la industria cárnica tiene en el seno del sector de alimentación y bebidas y en la economía general.

Estrategias Alimentarias, editora de **eurocarne** tendrá una importante presencia en la feria como entidad co-

laboradora. Así, además de mostrar sus productos y servicios en el **stand 3E12**, organizará una exposición de pintura de su colección, cuya temática principal es el sector cárnico e informará sobre el certamen en todos sus medios.

Para llegar hasta aquí, para que el próximo 18 de octubre la moqueta cubra el pabellón 3, los industriales del sector vistan sus mejores galas para recibir a sus clientes y la ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, corte la cinta inaugural, han tenido que juntarse quienes han creído desde el comienzo que esto era posible hacerlo realidad.



Plano de Meat Attraction en el recinto ferial de Ifema.

De un lado, Anice, impulsando desde el sector y animando a las empresas a juntarse en este punto de encuentro que, a buen seguro, será un referente en el futuro. Del otro, Ifema, que vio la necesidad de crear este certamen y que cuenta, además, con la experiencia previa de Fruit Attraction, que se celebra de forma paralela y que es un caso de éxito innegable dentro del panorama ferial alimentario no sólo nacional sino también internacional.

Así durante los últimos meses, la feria se ha presentado por toda la geografía española, desde la industria cárnica de Guijuelo a la Feria del Jamón de Teruel, desde Asturias a La Rioja, pasando por Segovia y otros muchos lugares, lo que hizo que Carlos González, director de la feria, lo denominara “la caravana Meat Attraction, que ha recorrido más de 60.000 kilómetros de la geografía española contactando con los agentes de este segmento económico cara a cara”.

*El anuncio de la celebración de la primera edición de Meat Attraction ha tenido una gran acogida entre las empresas del sector, tanto las productoras como las proveedoras de tecnología y equipamiento*

Toda esta campaña, junto al apoyo del Mapama y de las interprofesionales del sector, han permitido que el próximo 18 de octubre se reúnan en Ifema más de 150 compañías, incluyendo proveedores de tecnología y servicios y productoras y comercializadoras de carne y productos cárnicos. Sin duda, una ocasión única que no existía hasta la fecha en Madrid, tal y como precisa el director de la feria: “Meat Attraction es una fuente de oportunidades de negocio, en donde se pueden cruzar los intereses de todos los agentes de esta industria.”

Lo cierto es que son muchas las empresas del sector que han mostrado su interés en participar, y también desde diferentes organizaciones lo han querido destacar. Así, la asociación empresarial cárnica Anafric ha comunicado que acudirá con 9 de sus asociadas en una participación agrupada. Las empresas participantes serán Cárnicas Cohiver, Carns Romeu, Dastatzen, Fribin, Meat Center Ibérica, Moralejo Selección, Murgaca, Sucarn y Viñals Soler. Todas ellas mostrarán su amplio catálogo de carnes frescas, cortes y productos que comercializan.

Participarán con un stand de 300 metros cuadrados. Esto hace que Anafric considere Meat Attraction como “el más importante a nivel nacional en 2017”.

Una de los principales esfuerzos por parte del comité organizador es conseguir que se establezcan importantes contactos comerciales y para ello han creado, a propuesta de las empresas expositoras, el Programa

de Compradores Nacional e Internacional. En lo referente a los extranjeros, ya han confirmado su asistencia más de 170 compradores de 32 países, entre los que destacan los procedentes de China, que superan la veintena.

Con estas acciones se pone de manifiesto que la feria busca ante todo el éxito comercial y la posibilidad de atraer a compradores de otros países al mercado nacional. Pero no sólo eso, sino que el programa citado también incluye compradores de dentro de nuestras fronteras. De hecho, hasta el momento son más de 380 los que han confirmado la asistencia y se estima que para cuando comience la feria se llegue a los 400.

En resumen, no cabe duda de que, gracias a la recuperación económica, al buen momento de la industria alimentaria, a la necesidad imperiosa de que Madrid tuviera una feria a la altura que merece la industria cárnica y al gran recibimiento que la noticia de la creación de Meat Attraction ha tenido entre las empresas

del sector, la feria será a buen seguro un éxito y no sólo, sino que será la primera piedra de otras muchas que vendrán en el futuro.

### La fiesta de la carne

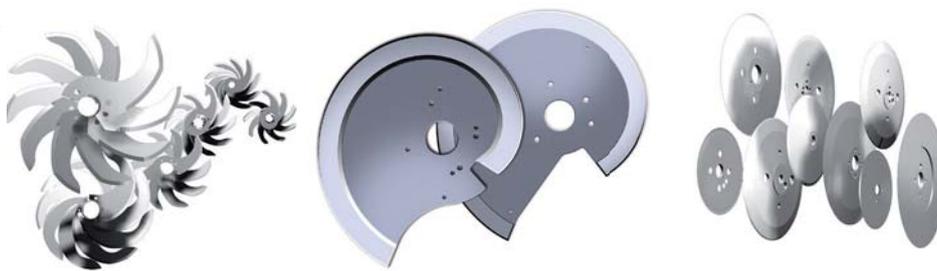
Meat Attraction pretende no ser únicamente una feria de negocio, sino algo más importante, una fiesta de la carne con numerosas actividades que celebren uno de los productos emblemáticos de nuestra gastronomía y sector esencial de la industria alimentaria.

Así, por ejemplo, Cedecarne (Confederación Española de Detallistas de la Carne) va a realizar diversas demostraciones de carniceros y charcuteros para que los visitantes puedan conocer mejor su labor y también la maestría que puede ofrecer este oficio.

Uno de los actos previstos es una exhibición en la que competirán profesionales españoles frente a franceses. El Mejor Artesano de Francia (MOF) de 2007,

# Alemania nunca estuvo <sup>tan</sup> cerca

Mercafilo, nuevo distribuidor de **ASTOR Blades** España, empresa líder en la fabricación de cuchillas para alimentación, con asesoramiento técnico y servicio post-venta.



#### MÁS INFORMACIÓN:

T. +34 963 410 335 | F. +34 963 805 750  
www.mercafilo.es | info@mercafilo.es

VISÍTENOS  
Stand 3C04

**meat  
attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

## Exposición de pintura de la colección eurocarne



En el seno de Meat Attraction tendrá lugar una exposición de pintura en la que se mostrará una selección de las obras de arte que forman parte de la colección de **eurocarne**.

A lo largo de sus veinticinco años de historia, **eurocarne** ha establecido una relación entre el mundo del arte y el de la carne que, además, ha llevado a sus portadas, conocidas en el sector en todo el mundo y cuya colección ha sido expuesta ya anteriormente en diferentes lugares.

Además, la exposición estará “salpicada” de maquinaria tradicional del sector cárnico de gran interés tanto desde el punto de vista profesional como etnológico.

Esta exposición, que ocupará un imponente espacio de 300 metros cuadrados, podrá verse a lo largo de toda la feria en el **Pabellón 3**.

Hervé Sancho, se enfrentará a uno de los mejores carniceros españoles, Juan José Fernández. Mostrarán su pericia en el despiece de la carne y diversas técnicas propias de cada país.

Otro de los eventos que celebrará Cedecarne en Meat Attraction va a ser la final del Concurso Artesano del Paladar 2017 en las categorías de Mejor Longaniza y Mejor Elaborado Innovador. El jurado estará compuesto por representantes de las interprofesionales, gremios de carniceros, chefs y carniceros-charcuteros de larga trayectoria. Posteriormente, se hará una degustación de los productos utilizados durante los concursos y valorados por el jurado.

Cedecarne también ha preparado dos mesas redondas en las que abordará el relevo generacional dentro de la carnicería-charcutería y el comercio de proximidad. En ellas participarán representantes del Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid, así como gerentes de mercados municipales y carniceros-charcuteros de los mismos.

La actividad de Cedecarne no se circunscribirá únicamente al recinto ferial, sino que se abrirá a toda la ciudad de Madrid en lo que se conocerá como la “Semana de la carne”. A lo largo de varios días habrá numerosas actividades en toda la ciudad relacionadas con el consumo de carne y productos cárnicos. Así, se desarrollarán diversas acciones en los mercados de la capital bajo el lema “Esta semana disfruta de la carne”. Y no sólo eso, sino que en muchos restaurantes de Madrid

se podrá ver durante esos días un sello en el que rezará “No lo dudes. Pide carne” invitando al consumidor a probar diferentes variedades de carne.

Por su parte, Interovic va a presentar en el marco de la feria una nueva campaña de promoción que, bajo el lema: “Busca el origen Nacional” promocionará durante los meses de noviembre y diciembre el lechal español con el fin de que el consumidor pueda distinguir claramente a través de la etiqueta que el producto que obtiene es de origen español.

El 18 de octubre habrá cuatro degustaciones de los nuevos usos de nueva carne de cordero y una jornada en la que participarán investigadores y dietistas que pondrán en evidencia los valores nutricionales de esta carne. Las ponencias pondrán el foco en la proyección tras el cambio de imagen que Interovic ha querido darle apostando por la sostenibilidad.

El día 19 de octubre habrá una demostración culinaria sobre el uso del corte de falda y por la tarde otro con degustación con carne de cabrito, pierna de cordero y lechal y de elaborados de cordero.

## Foro hispano chino sobre la carne de vacuno y ovino

Precisamente Interovic, junto a Provacuno, organizarán la primera edición del Foro hispano chino sobre la carne de vacuno y ovino, un encuentro empresarial

en donde se abordarán cuestiones relacionadas con el comercio de la carne de vacuno y ovino entre los dos países, la producción, la sanidad o la legislación, entre otras. Tendrá lugar el martes 17 de octubre de 17:00 horas a 20:00 en IFE-MA, Centro de Convenciones Norte, Salas N-117/118.

El objetivo de este encuentro empresarial es proporcionar un buen conocimiento de la producción española de estas carnes y las oportunidades de negocio que ofrece a los importadores y comercializadores chinos. De esta forma, se intenta contribuir a la dinamización de la demanda en China, así como acelerar los trámites para la apertura de nuestras exportaciones de carne de vacuno y ovino a este importante destino. En este sentido, conviene recordar que el país asiático se ha posicionado como el primer importador mundial de carne de vacuno y el segundo consumidor, sólo por detrás de Estados Unidos.

Inaugurará el acto el presidente de la Asociación de Mercados Mayoristas de China (CAWA), Mr. Zengjun, junto a los presidentes de Provacuno e Interovic y un representante del Mapama, con una primera ponencia sobre la situación del sector cárnico en China.

Intervendrán a continuación los representantes del Servicio de Inspección y Cuarentena de China (CIQA) y de la Asociación China de Agricultura para informar sobre el control de las mercancías importadas y la situación de los mercados de vacuno y ovino en China, respectivamente.

Por la parte española, las ponencias se refieren a la situación de los sectores de vacuno y ovino, el estado de situación de los intercambios comerciales entre España y China y la situación sanitaria del

vacuno y ovino español por el director general de Sanidad de la Producción Agraria del Mapama, Valentín Almansa.

Tras la celebración de una mesa redonda, el acto finalizará con un cóctel degustación de carnes de vacuno y ovino.

### Foro Meat Attraction - Cajamar

De forma paralela a la primera edición de Meat Attraction, se abrirá un espacio donde se ofrecerá la posibilidad de organizar reuniones, realizar presentaciones de novedades o desarrollar encuentros técnicos/económicos y otras actividades dirigidas al público del certamen.

Se trata del Foro Meat Attraction-Cajamar, patrocinado por esta entidad financiera. El programa contará con dos encuentros de alto nivel sobre temas de gran interés para el sector, la internacionalización y la relación entre el consumo de carne y la salud, junto con el disfrute de la misma.

El día 19 de octubre a las 17 horas tendrá lugar la jornada “Internacionalización del sector cárnico español: realidad y oportunidades” y el viernes día 20 a las 11:30 horas se celebrará el encuentro “Carne y salud: elige salud, elige disfrute, elige carne”.

Durante los dos días y medio en los que se celebrará Meat Attraction, el Foro acogerá encuentros oficiales e institucionales, acciones de Anice y otras organizaciones expositoras, ruedas de prensa y presentaciones comerciales de empresas.

El Foro Meat Attraction-Cajamar estará ubicado en el mismo pabellón 3 y su horario será de 10:00 de la mañana a 19:00 horas, miércoles y jueves, y el viernes de 10:00 a 15:00 horas.



■ ESTRUCTURA PARA INSTALACIONES ROBOTIZADAS

- Industria alimentaria  
palets - perchas - carros-mesas  
expositores - taquillas - muebles  
fregaderos - estanterías - utillaje  
transporte - pasos sanitarios
- Estructuras para instalaciones robotizadas
- Instalaciones de carnicería aérea
- Equipamiento para mataderos
- Salas de despiece
- Cintas transportadoras
- Construcción
- Decoración
- Hostelería



■ PALETS



■ PERCHAS



■ CARRILERÍA AÉREA



■ SALAS DE DESPIECE



■ CINTAS TRANSPORTADORAS



■ APLICADORA MANTECA AUTOMÁTICA

**ESPECIALISTAS EN EQUIPAMIENTO INOXIDABLE PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA**



**SALAMANCA Y GUIJUELO**  
Teléfono: 923 36 14 09  
info@helcesa.com  
www.helcesa.com

**meat attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

18-20  
OCTUBRE  
2017  
MADRID-ESPAÑA

**VISÍTENOS:**  
Pabellón 3  
Stand 3E22

## App con toda la información sobre la feria



La organización de Meat Attraction ha creado una App para dispositivos móviles que puede ser de gran utilidad para el expositor y el visitante de la feria.

En ella se pueden ver todos los expositores presentes en el certamen con su ubicación, una descripción de los productos y servicios que ofrecen y sus datos de contacto.

Otra sección incluye Información con datos prácticos de la feria. Además, puede consultarse el plano para ubicarse dentro de Ifema, puede accederse a las redes sociales del certamen en Facebook, Twitter y Youtube, puede llevarse a cabo de manera sencilla e intuitiva el registro como visitante y, por último, acceder a la App institucional de Ifema.

La app es gratuita y puede ser descargada tanto desde iOS como desde Android.

## Las ferias vecinas

Una de las claves de Meat Attraction es que no estará sola, sino que se celebrará junto a otras ferias paralelas también del sector de alimentación y bebidas, que pueden provocar sinergias interesantes y resultar de interés para profesiones transversales. Se trata de Fruit Attraction, Vendibérica y Eat2Go.

## Fruit Attraction

Obviamente, la más destacada es Fruit Attraction, la feria del sector de frutas y hortalizas más importante a nivel nacional. Los Comités Organizador y Asesor de esta feria constatan las excelentes perspectivas de participación de la novena edición, con más de 1.500 expositores, un 20 % más que el año anterior y se ultimó el programa de actividades paralelas, entre las que destacan el Global Fresh Market Forum: encuentro empresarial con Brasil y con China, así como las jornadas específicas de fruta de hueso: Stone Fruit Attraction, y de lechuga: Lettuce Attraction.

De las 1.500 empresas expositoras, el 66 % corresponde a expositores nacionales, destacando la creciente participación internacional, tanto a nivel expositivo, como de visitantes. Los visitantes previstos serán 60.000 procedentes de 110 países. La superficie alcanzará los 45.000 metros cuadrados, lo que supone un incremento del 10% con relación al año anterior.

El amplio programa de actividades y jornadas paralelas, se organizará en torno a tres ejes: los Fruit Forums, en los pabellones 5 y 9, donde se desarrollarán múltiples jornadas durante los tres días de feria, la Pasarela y Foros Innova, dedicados principalmente a expositores, donde se realizarán exposiciones de novedades y productos, así como presentaciones y actos paralelos de los participantes y en tercer lugar, el espacio Fruit Fusion, ubicado entre los pabellones 5 y 7 destinado a presentaciones gastronómicas, demostraciones, *showcookings*, etc.

## Vendibérica y Eat2Go

Además de Meat Attraction y Fruit Attraction, del 18 al 20 de octubre Ifema acogerá también, en el pabellón 4, las ferias Vendibérica y Eat2Go, dedicadas al *vending* y, en general, a la “comida para llevar”.

**Vendibérica** reunirá a más de 150 empresas participantes y 9.000 profesionales de esta industria.

Por su parte, **EAT2GO** se presenta en el mercado como una herramienta a disposición de los profesionales y propietarios de restaurantes y tiendas con servicio a domicilio y *take away*. Igualmente para todos aquellos restaurantes tradicionales que buscan incrementar su cifra de negocio incorporando el servicio Delivery en su carta. El perfil de visitantes serán restaurantes Food Delivery, tiendas Take Away, Hoteles-Catering y Food Service, cadenas y franquicias Food to Go, tiendas de conveniencia e In-store, *retail* y distribución.

## Participación empresarial

Sin lugar a duda, uno de los principales atractivos de una feria como Meat Attraction es conocer los productos y servicios que los expositores van a presentar, ya que en muchas ocasiones se trata de innovaciones que se verán en el mercado a corto plazo.

A continuación, destacamos algunas de las empresas participantes y qué mostrarán en la primera edición de la feria de la industria cárnica.

### 3A Antioxidants

**3A Antioxidants** ofrece una amplia gama de productos sintéticos y naturales, líquidos o en polvo para alargar la vida útil y proteger la frescura de los productos alimenticios, manteniendo intactas sus características organolépticas el mayor tiempo posible.

Entre sus novedades está el desarrollo, en colaboración con distintas entidades como el CTC (Centro Tecnológico Nacional de la Conserva y la Alimentación) de una gama de productos conservantes, naturales y *Clean Label* para productos cárnicos (hamburguesas, carnes picadas, marinados, frescos...) y salsas (mayonesas, ketchup, marinadas, etc...) entre otros productos. En concreto, su gama de bioconservantes: *Essential Liquid* y *Essential Dry* contra *Salmonella*, *Listeria* y *E.coli*, *Biosin-M* antifúngico sustituto de la pimaricina

## ANTIOXIDANTS TRES A



o Biocon-V especialmente indicado para la sustitución de sulfitos.

**Stand 3A31**

[www.tres-a.net](http://www.tres-a.net)

### Aetrin

Aetrin, Asociación Española de Tripa Natural, desarrollará diversas acciones en los tres días que durará



## ANTIOXIDANTS TRES A



food, feed & fuel



Pol.Ind. Media Legua, Nave A1  
30565-Las Torres de Cotillas (MURCIA)  
T. 968 893 004 Email: [info@tres-a.net](mailto:info@tres-a.net)  
[www.tres-a.net](http://www.tres-a.net)

Certificados en:



Fabricantes de mezclas sinérgicas de conservantes y antioxidantes naturales y sintéticos en formato líquido y polvo.

la feria, como un *showcooking* de la mano de Javier Abascal, durante el que se podrán degustar los platos que preparará a base de productos hechos con tripa natural; la presentación de su sello de calidad por parte de la ministra del Mapama, Isabel García Tejerina, y la presentación de la App AETRIN en la que aparece toda la información de la Asociación, su actividad y boletines informativos.

**Stand 3C15**  
[www.aetrin.com](http://www.aetrin.com)

## Avanzasis

**Avanzasis**, especialista en desarrollo de *software* para el sector presentará en Meat Attraction su nueva imagen y también su nueva página web.



Esta compañía dispone de *software* especializado para el control de la producción, trazabilidad y mejora de la eficiencia en la industria cárnica (aves, carnes, pescado y elaborados). Destaca la flexibilidad de configuración, que hace de cada implantación un proyecto “a medida” que se implementa de forma fácil y con mucha agilidad.

Ayudan a los clientes a mejorar su proceso productivo, eliminan las redundancias y facilitan la recogida de datos a los operarios. Tienen soluciones para la automatización de los procesos de pesado y etiquetado (xEtiq), integración de todos los eventos de la planta de producción/elaborado (xLogic) y su aplicación de escritorio, Avanzasis eXperience, desde la que se puede visualizar en tiempo real el ritmo de trabajo de cada una de las fases de la producción.

Trabajan con todas las marcas de dispositivos de pesado, etiquetado, lectores de códigos de barras, PLC's y se integran con los principales ERP's, en caso necesario.

Los desarrollos son modulares, pueden implantar la solución completa o solo en una parte del proceso.

**Stand 3C06**  
[www.avanzasis.com](http://www.avanzasis.com)

## Basf

*Ucrete® Fast* de **Basf Construction Chemicals** es un revestimiento de poliuretano de muy altas prestaciones de rápida instalación, exento de disolventes, con acabados de distinta graduación para pavimentos de altas sollicitaciones mecánicas, químicas y térmicas, y con altos requerimientos de higiene.

Es resistente a agresiones mecánicas extremas, elevado número de compuestos químicos agresivos y temperaturas en servicio de -40°C hasta 130°C.



Permite minimizar los tiempos de intervención (incluso a bajas temperaturas) y ampliar la vida útil del pavimento. Con ello, se consigue disminuir los tiempos improductivos durante la actuación de renovación y mantenimiento, y evitar en gran medida, las actuaciones futuras al ampliar la vida útil del pavimento.

**Stand 3C71**  
[www.basf-cc.es](http://www.basf-cc.es)

## Betelgeux

**Betelgeux**, por su parte, presentará en Meat Attraction su firme apuesta por la higiene sostenible. La empresa, que lleva más de 30 años ofreciendo soluciones de hi-



giene a la industria alimentaria, se encuentra comprometida con la conservación del medio ambiente. Desde el departamento de I+D de Betelgeux se esfuerzan en estudiar y desarrollar productos y tecnologías que contribuyan a disminuir el consumo de recursos, así como el impacto medioambiental de las operaciones de limpieza y desinfección en la industria. Betelgeux dispone de productos y tecnologías que permiten una higiene eficaz con un notable ahorro de agua, energía y de tiempo. En este sentido, disponen de equipos como el Sistema de Higienización Automática de Cintas (Sistema HAC) que conlleva un notable ahorro en el consumo de agua y de productos. Una reducción de consumos que también se consigue con el diseño de las boquillas para realizar las tareas de aclarado, ahorrándose hasta un 50 % en el consumo de agua. Betelgeux también apuesta por la higiene por cavitación (HPC) con la que se consigue unos resultados extraordinarios.

Betelgeux ofrece soluciones de higiene sostenible personalizadas, adaptadas a los requisitos de los clientes.

También contribuye a la mitigación del cambio climático a través de la promoción del ahorro y la eficacia energética. Además, se integran criterios ambientales en los procesos de negocio, nuevos proyectos, actividades, productos y servicios. Prestan una especial atención a la protección del medio ambiente. Es por ello que la empresa tiene implantado un sistema de vertidos cero en todas sus instalaciones. Betelgeux dispone de una flota de vehículos de consumo reducidos, así como un proyecto de neutralización de emisiones de CO<sub>2</sub> mediante actuaciones forestales.

**Stand 3B74**

[www.betelgeux.es](http://www.betelgeux.es)

## Carnes de Irlanda

La industria cárnica irlandesa, de la mano de **Bord Bia**, no ha querido dejar pasar la oportunidad para promocionar el consumo de carne en España y a su vez, resaltar la importancia del mercado español para Irlanda. El vacuno de Irlanda es la carne que se encuentra presente en un mayor número de cadenas de distribución a nivel mundial, y en España se encuentra en cuatro de las principales siete cadenas nacionales.



Irlanda fue el primer país en contar con un Programa de Garantía de Calidad para el vacuno y también en poner en marcha un Programa de Sostenibilidad a nivel nacional "Origin Green" para la reducción de la huella de carbono.

En su stand de Meat Attraction los visitantes podrán probar la carne de razas Angus y Hereford, sus hamburguesas, *pulled pork*, *pulled beef*, beicon y salchichas.

**Stand 3C09**

[www.alimentosdeirlanda.es](http://www.alimentosdeirlanda.es)

**PROTOinfo**  
PASIÓN POR EL SOFTWARE

**meat attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

18-20  
OCTUBRE  
2017  
MADRID-ESPAÑA

Visítenos: **Pabellón 3 - Stand 3E19**

- Trazabilidad
- Fabricación
- Expedición

**ESPECIALISTAS  
EN EL SECTOR CÁRNICO**

Calle Gutenberg 75, Polígono Ind. Los Villares  
37184 Villares de la Reina, Salamanca, Spain  
Teléfono: 923.28.10.24 / Fax: 923.28.17.47

[www.protoinfo.es](http://www.protoinfo.es)

**LLÁMANOS YA Y TE CONTAREMOS  
LO QUE PODEMOS HACER POR TI**

## Cárnicas Serrano

**Cárnicas Serrano** presentará en la feria una nueva categoría que añade a su oferta con el lanzamiento de *U Snack*, una gama de productos para disfrutar a cualquier hora basados en los clásicos curados de la marca.



Así, la gama integra tres sabores, chorizo, salchichón y jamón serrano, con un *packaging* que emplea los códigos gráficos propios de la categoría snack.

Atractivos colores y una estética moderna a las que se añade su original forma en “U” que da nombre a esta nueva referencia de Serrano.

Energía y placer son los dos ejes sobre los que se asienta U Snack, que se presenta en envase de 60 gramos y resulta ideal como tentempié en cualquier momento del día y en cualquier lugar: en casa, en el trabajo, durante los trayectos, en el campo, la playa, etc.

Además, la marca Serrano está ganando presencia en los hogares jóvenes de menos de 35 años a través de todas las categorías, siendo además líder con su gama “Un momento y listo” que ofrece productos *convenience*.

La ambición internacional de Cárnicas Serrano con U Snack ha llevado a la compañía a desarrollar un *microsite* con toda la información relativa a la nueva gama traducida a cuatro idiomas ([www.familiaserrano.tv/usnack/](http://www.familiaserrano.tv/usnack/)), orientada a la gran distribución europea para la que Serrano es una de las marcas de referencia.

**Stand 3F06**

[www.cserrano.es](http://www.cserrano.es)

## Comservys

**Comservys**, como empresa líder en distribución y montaje de protecciones y revestimientos de pvc, va a estar presente en la feria para exponer todos sus productos (guardarraíles, bolardos, revestimientos, perfiles y como



novedad unas nuevas barandillas) pero haciendo especial hincapié en transmitir la calidad y garantía de sus servicios, que es para ellos lo que marca la diferencia.

**Stand 3D14**

[www.comservys.es](http://www.comservys.es)

## Congost

**Congost Plastic** presentará en Meat Attraction sus productos para logística, como el *palet encajable* de 1.200 x 800 mm. Es idóneo por su bajo peso para su utilización en industria, alimentación, bebidas, distribución y envíos aéreos. Fabricado con materiales reciclados, con una tara constante, estabilidad dimensional, es muy económico y ahorra un gran espacio en su almacenamiento y transporte.



Sus cajones y cubetas que pueden llevar incorporado un *tag* para su identificación por radiofrecuencia.

**Stand 3D21**

[www.congost.com](http://www.congost.com)

## CSB-System

Como especialista en soluciones de *software* específico del sector cárnico para el control, la gestión operativa y estratégica de la empresa, **CSB-System** presentará su portafolio de productos.

Crean que un sistema ERP debería adaptarse a la evolución de su empresa, y no al contrario. Porque éste

constituye el núcleo de su solución de TI y es el sistema nervioso central de la fábrica inteligente del futuro. Por esta razón, desde hace más de 40 años desarrollan el CSB-System como *partner* en innovación para sus clientes. Ya sea como sistema ERP, MES o bien Factory ERP: El CSB-System es una solución completa de TI, compatible, que puede ampliarse en aquellos pasos que los clientes especifiquen.



CSB-System fue galardonado el pasado mes de octubre de 2016 con el prestigioso premio “Sistema ERP del Año”. Especialmente convincentes fueron las ventajas concretas para los usuarios y el concepto de Smart Food Factory.

Sus soluciones específicas dan un soporte perfecto con un módulo especialmente diseñado para la producción de carne.

Además, para un mejor control de las plantas de fabricación, ofrecen un innovador sistema de ERP especializado en el sector, el CSB Factory ERP®, como complemento para un sistema Group ERP. Éste representa por completo toda la cadena de valor primario de producción y logística. Para ello, interfaces estandarizadas entre Group y Factory ERP® garantizan un entorno de sistemas integrado, estable y flexible.

**Stand 3F36**

[www.csb.com](http://www.csb.com)

## Dibal

Dibal exhibirá sus últimos desarrollos, entre los que destacan el nuevo equipo de pesaje y etiquetado C CLS-4000, la aplicación para el control del curado en secaderos, así como una amplia variedad de aplicaciones de *software* muy intuitivas para la gestión y explotación de la información, y el diseño de etiquetas.



Los equipos Dibal, integrados con los principales ERPs del mercado, cumplen las más altas exigencias de calidad, y así lo demuestran las numerosas certificaciones oficiales que les avalan.

Dibal, empresa española con más de 25 años de experiencia, son expertos en el desarrollo de soluciones a medida adaptadas a las necesidades concretas de las industrias.

**Stand 3D19**

[www.dibal.com](http://www.dibal.com)

## Fribin

“Gusto por la carne” es el lema de la empresa cárnica **Fribin** que desde su fundación, en 1966, está comprometida en ofrecer carne de la mejor calidad y en contribuir al desarrollo de la industria cárnica española. Para ello, cuentan con un ambicioso proyecto inversor, tal y como han venido haciendo a lo largo de toda nuestra historia.

El cuidado y dedicación que tienen hacia la carne es una de sus

# ¡NO LO CONTROLE ASÍ!



## DETECCIÓN DE FUGAS PARA PROFESIONALES



**WITT**  
[www.wittgas.com](http://www.wittgas.com)

TECHNOLOGY FOR GASES

principales señas de identidad y que ha llevado a la compañía, después de más de 50 años, a consolidar su posición como líder en el suministro de carne y a ser una referencia en el mercado nacional e internacional.



En su stand de Meat Attraction mostrarán a clientes potenciales y actuales su amplia oferta para el sector.

**Stand 3E01**

[www.fribin.com](http://www.fribin.com)

## Grupo Active

**Grupo Active** presenta IOCárnicas, la solución completa para la gestión empresarial del sector cárnico y el control de la trazabilidad. El factor fundamental para una correcta gestión empresarial es la integración de todas las áreas de negocio y la fiabilidad de la base de datos.



El *software* está desarrollado sobre Microsoft Dynamics NAV y es fruto de 30 años de experiencia en el sector. IOCárnicas soluciona la gestión completa de los mataderos, salas de despiece, secaderos de jamón y fábricas de embutidos y derivados. IOCárnicas también es un sistema completo para la gestión de la trazabilidad, por lo que se trata de un *software* para el sector cárnico y para la trazabilidad en una sola solución integrada. Adicionalmente a los módulos que ya incorpora la solución Microsoft Dynamics NAV de manera Standar, IOCárnicas desarrolla funcionalidades específicas para el sector cárnico.

**Stand 3C65**

[www.iocarnicas.com](http://www.iocarnicas.com)

## Helcesa

**Helcesa** presentará su amplia gama de productos fabricados en acero inoxidable, destinados al equipamiento de mataderos, salas de despiece y secaderos de



jamones y embutidos, como carrilería aérea, maquinaria, cintas transportadoras, etc. Es el primer fabricante en España de estructuras para instalaciones robotizadas de carga, transporte y curado de embutidos.

**Stand 3E22**

[www.helcesa.com](http://www.helcesa.com)

## Interporc

**Interporc** tendrá una presencia destacada en Meat Attraction. En esta edición a buen seguro tendrá un lugar destacado la campaña Pork Lovers con el apoyo de la Unión Europea, que arrancó en Barcelona y finalizará su primera etapa el 14 de noviembre en Madrid. Posteriormente esta importante acción de promoción tendrá continuidad en 2018 y 2019 para seguir divulgando la calidad y las cualidades nutricionales de los productos del porcino blanco.



Se trata de una unidad móvil para conocer las cualidades nutricionales y valores diferenciales de un producto como la carne de cerdo de capa blanca y sus elaborados.

**Stand 3D03**

[www.interporc.com](http://www.interporc.com)

## Jarvis

**Jarvis Products Corporation** ha anunciado que ha recibido la certificación CE para su recién lanzada línea de aturridores tipo C y P del modelo PAS (Power Actuated Stunners). Se trata de aturridores cilíndricos y de pistola y cartucho, y poseen la certificación de la Unión Europea PTB.



Estos modelos están disponibles en calibres 0,22 y 0,25 y han sido diseñados para ser utilizados por el operario con una sola mano. Los aturridores del tipo C se pueden usar con la palma o los dedos, mientras que los del tipo P son fáciles de usar y disponen de un mango ergonómico.

Los dos tipos aportan una operatividad muy eficiente a bajo coste para el aturrido de vacas, cerdos, ovejas y otro tipo de ganado. Además, su habilidad y precisión garantizan el bienestar animal.

**Stand 3G33**

[www.jarvisespana.es](http://www.jarvisespana.es)

## Kais FS

**KaisFS** presenta su nueva versión del *software-ERP* especializado en el sector cárnico. Más de 40 mejoras y nuevas funcionalidades hacen de K17 una gran solución para la gestión y la organización de las empresas cárnicas.

# K17

Esta última versión integra las últimas versiones de las aplicaciones móviles de KaisFly y, además, incorpora innovaciones en temas de conectividad e industria 4.0. Las últimas tecnologías utilizadas permiten a K17 ofrecer importantes novedades en temas de seguridad y rendimiento para seguir garantizando la máxima protección y disponibilidad de los datos. Además, está totalmente preparado para el cumplimiento de las nuevas normativas y certificaciones del sector.

**Stand 3E20**

[www.kaisfscarnicas.com](http://www.kaisfscarnicas.com)

## Mercafilo

En la feria esta compañía expondrá productos de Astor Blades, empresa alemana fabricante de cuchillas evolutivas, loncheadoras, cutters, entre otro material de corte, de la que **Mercafilo** es distribuidora en España. Además de los productos que suelen ofrecer

# io CÁRNICAS

## Software de Gestión para Sector Cárnico

**30** años de  
experiencia

+Info  
91 705 48 80  
[iocarnicas@grupoactive.es](mailto:iocarnicas@grupoactive.es)



**meat attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

**DESCUENTO  
ESPECIAL**  
Pabellón 3  
Stand 3C65



como cuchillos, cuchillas circulares, de envasado, guantes de malla, etc. Destaca, entre sus productos, el cuchillo *ButcherCut* fabricado con mangos de metal detectables con gama de colores que cumplen la normativa HACCP de puntos críticos y

de control; un logro alcanzado en gran parte al esfuerzo e inversión en I+D que ambas empresas impulsan.

Con estos mangos detectables, cualquier partícula que caiga en el alimento podrá ser detectada en las líneas de control, evitando que llegue al consumidor.

**Stand 3C04**

[www.mercafilo.es](http://www.mercafilo.es)

## Moralejo Selección

**Moralejo Selección** acudirá con su extensa gama de despiece y productos de la gama *Asado Fácil*, presentado una serie de productos en formato *skin*.



Son productos de máxima calidad, sin hueso que facilitan el consumo tan sugerentes como: brocheta de cordero y verduras, filete de pierna de cordero, “lamburger” de cordero, tiras de cordero con pimiento para wok y una deliciosa referencia de lechal, el tournedó.

**Stand 3E01**

[www.moralejo.net](http://www.moralejo.net)

## Proanda

**Proanda**, fundada como empresa familiar hace 48 años al servicio de la industria cárnica y alimentaria en general, ha añadido a la gran experiencia de su equipo técnico y las nuevas tecnologías.

Su objetivo es facilitar la labor del fabricante alimentario, ofreciéndole una amplísima gama de formulaciones.



En la feria mostrará su novedosa y atractiva imagen corporativa.

**Stand 3D17**

[www.proanda.com](http://www.proanda.com)

## Protoinfo

**Proto-Info** es distribuidor de Sage Logic Control desde hace 28 años. Su solución para la trazabilidad alimentaria está totalmente integrada con el ERP Sage 200c. En Meat Attraction presentan su sistema de pesaje móvil para llevar la trazabilidad mientras se realizan las tareas



de recepción, clasificación, fabricación o traslados. Además, como gran novedad, mostrarán los sistemas de trazabilidad con radiofrecuencia que están implantando.

**Stand 3E19**

[www.protoinfo.es](http://www.protoinfo.es)

## Witt

**Witt-Gasetechnik** presentará, entre otros productos, la aplicación gratuita *iGases*, que ahora también está disponible en francés y español.

Con sus numerosas funciones, la aplicación gratuita para Android e iOS facilita el trabajo diario de sus usuarios. Además de los dos nuevos idiomas francés y español, *iGases* se mantiene en los idiomas alemán e inglés.

**Stand 3C69**

[www.wittgas.com](http://www.wittgas.com) e



JARVIS está  
en ESPAÑA

# JARVIS®

¡Nuevo  
producto  
de alta calidad!

## DESCORTEZADORA-BISELADORA MODELO JHS



Modelo JHS-350  
5 mm

Modelo JHS-330  
3 mm

Modelo JHS-315  
1,5 mm

- Especialmente diseñada para ser eficiente y rápida.
- De fácil manejo, desmontaje y limpieza.
- Tres modelos de profundidad de corte: 1,5 mm, 3 mm y 5 mm, para abarcar los diferentes sectores: Jamón, Despiece, Pescado, etc, ...
- De fácil mantenimiento y limpieza.
- Solicite una prueba sin compromiso.

**Asesoramiento y servicio técnico de todos nuestros productos**

# JARVIS®

Sebastián Azzolini - Gerente general  
Carrer de la Farigola, 28  
17457 RIUDELLOTS DE LA SELVA (Girona)  
Telfs.: +34 675 031 600 / +34 972 478 766  
info@jarvisespana.es

Líder mundial en la elaboración de equipo  
para el procesamiento de carne

¡Visite nuestra web!  
[www.jarvisespana.es](http://www.jarvisespana.es)



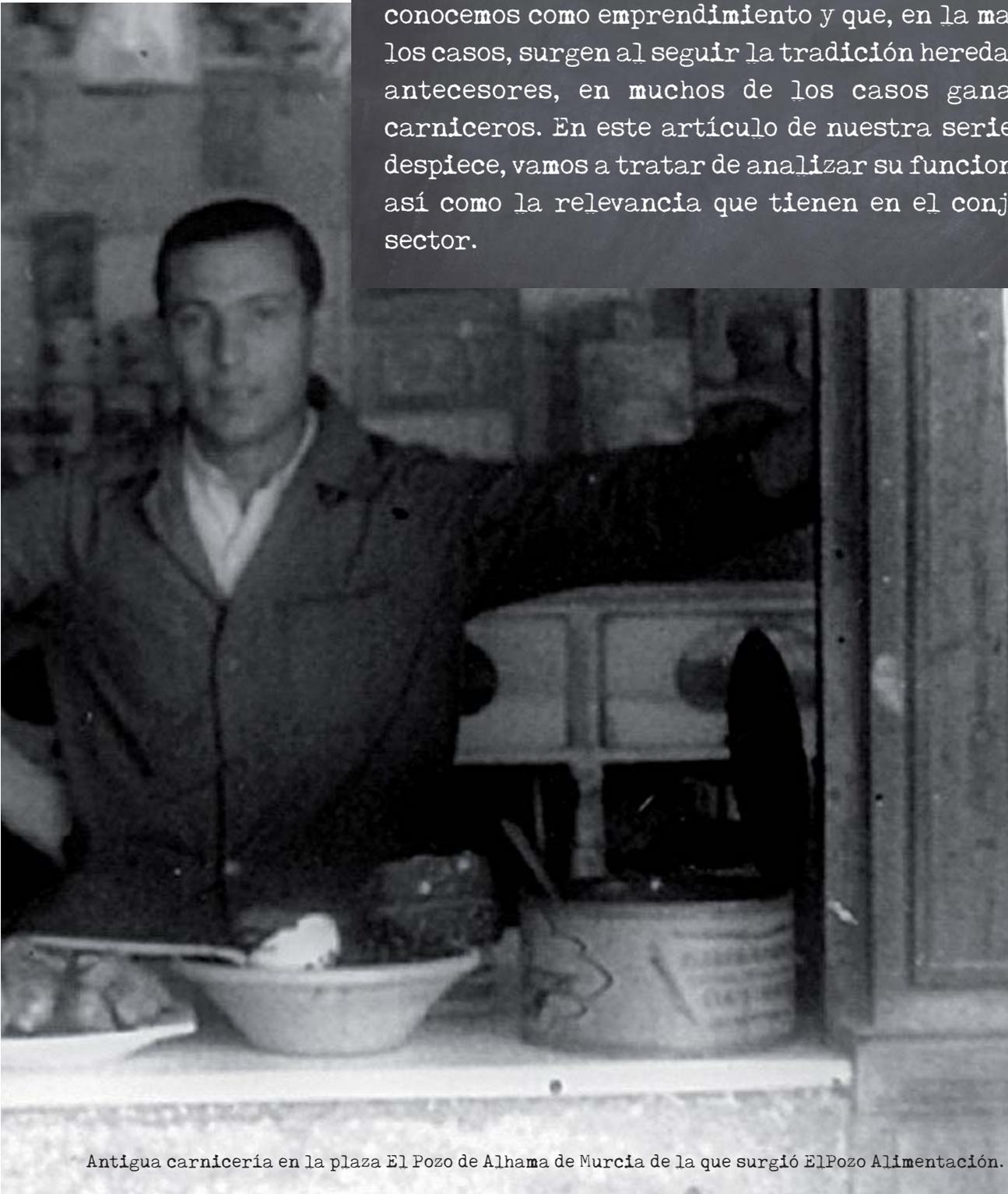
# Sala de despiece



Jesús Cruz  
eurocarne  
[jcruz@eurocarne.com](mailto:jcruz@eurocarne.com)

---

En nuestro país existen más de 3.600 empresas dedicadas a la industria cárnica. Buena parte de ellas son empresas familiares, fruto de lo que hoy en día conocemos como emprendimiento y que, en la mayoría de los casos, surgen al seguir la tradición heredada de los antecesores, en muchos de los casos ganaderos y carniceros. En este artículo de nuestra serie Sala de despiece, vamos a tratar de analizar su funcionamiento así como la relevancia que tienen en el conjunto del sector.



Antigua carnicería en la plaza El Pozo de Alhama de Murcia de la que surgió ElPozo Alimentación.

# Cuestión de familia



Trabajadores de Monte Nevado realizando a mano el deshuesado del jamón, con Miguel Olmos, actual presidente de la compañía, a la derecha de la imagen.

**P**iensen en una empresa cárnica de nuestro país. ¿Ya la tienen? Pues sin duda tiene un origen familiar. El Pozo Alimentación, Casa Tarradellas, España, Casademont, Incarlopsa,... Incluso Campofrío Food Group fue en su momento propiedad única y exclusiva de la familia Ballvé. Además, podríamos citar muchas que hoy en día han desaparecido o bien han sido absorbidas por otras más grandes (caso de Navidul o Revilla y la compra en su momento por Campofrío, unas de las operaciones más significativas en su día).

Todas ellas tienen su origen en una familia que ha hecho crecer su negocio a base de ampliarlo diversificando la actividad hasta convertirse en grandes grupos empresariales. Muchas de ellas han hecho de su apellido algunas de las marcas más representativas de nuestro país. Incluso la empresa que edita **eurocarne** y **eurocarne**digital tiene estas características.

**Las industrias cárnicas con un origen familiar son la amplia mayoría en nuestro país. Algunas de ellas han llegado a convertirse en auténticos líderes sectoriales**

Hay casos de este tipo también a nivel internacional: JBS, la mayor firma cárnica a nivel mundial tiene a José Sobrinho Batista como su fundador a mediados de la década de los 50 y ha vuelto ahora a ser su máximo responsable.

Bajo su mandato la firma creció dentro del mercado brasileño y fue la gestión de sus hijos, ahora encarcelados por diversos escándalos financieros y políticos, la que ha llevado a JBS a ser el mayor grupo cárnico a nivel mundial.

En el caso de nuestro país, la amplia mayoría de la industria cárnica está compuesta por micropymes en las que predomina el ámbito familiar. Según el Instituto Nacional de Estadística, representan el 75% del empleo en nuestro país.

Más concretamente, en España existen 3.657 empresas dedicadas a la producción de carnes y derivados cárnicos. De todas ellas, casi 2.900 tienen menos de 20 trabajadores y son algo más de 2.400 las que tienen menos de 10 trabajadores. Esto nos da idea de la atomización sectorial, pero también de cómo buena parte de estas empresas están conformadas por pequeñas familias e incluso con un único trabajador externo en muchos casos.

Para corroborar esto, si miramos el Registro Sanitario de Alimentos en su listado de Establecimientos Autorizados según Normas de la Unión Europea, vemos que un gran número de empresas en su nombre se incluyen

los términos “Hijos de” o “e Hijos”. Continúan así sagas empresariales iniciadas en generaciones anteriores. Además, son muchas las empresas donde buena parte de los puestos están cubiertos por la familia.

Algo similar ocurre, todo sea dicho, con algunas de las principales firmas dedicadas a ofrecer servicios y maquinaria para la industria cárnica: en

## Cuestión de familia

muchos de los casos las empresas pasan de padres a hijos y estos continúan con la actividad e incluso la amplían a nuevos mercados y productos.

### Características de las empresas familiares

Este tipo de empresas en la mayoría de los casos son el resultado del enorme esfuerzo y lucha de varias generaciones por preservar la tradición. De las antiguas producciones artesanas ligadas a zonas geográficas y climas muy concretos, pasamos poco a poco a empresas con una producción cada vez más diversificada lo que lleva a que, gracias a los avances tecnológicos, se produzcan en prácticamente todo el país los mismos tipos de elaborados.

Muestran una parte racional que se identifica con la empresa, y una parte emocional que responde a las relaciones entre los miembros de la familia y el deseo de transmisión del control a futuras generaciones.

Además, en la mayoría se crea una especie de **sentido de pertenencia** con el que se instaura un objetivo común, dirigido hacia un fin único, el mantenimiento de la empresa. Pese a esto, hay veces en que pueden surgir conflictos dentro de la propia familia, ante la diversidad de pensamientos sobre los valores empresariales y los objetivos que deben cumplirse.

### Quemando etapas

Nos podemos encontrar con tres tipos básicos o fases dentro de las empresas familiares. El primero de ellos estaría protagonizado por un **propietario controlador** en el que un gerente, director general o consejero delegado, normalmente

el fundador de la compañía, está al frente de la compañía. Poseen una visión clara y un fuerte compromiso, además de sentir la necesidad de controlar y supervisar todo. Se rodean de personas con la máxima confianza.

Pero también hablamos, en muchos casos, de empresas que tienen como mucho entre uno y cinco empleados, con un ámbito para la comercialización de sus productos muy reducido y correspondiendo muchas veces la creación de la empresa al emprendimiento de personas que proceden de otra actividad (por ejemplo el ámbito ganadero).

La siguiente etapa se alcanza cuando la empresa familiar es gestionada y se encuentra **en manos de los hermanos**. Normalmente, se suele corresponder con la segunda generación. Esta etapa es el momento de empezar a definir unas estructuras de gobierno. Por ello, es fundamental en esta etapa mantener la armonía familiar, debido a que empiezan a surgir diferentes intereses familiares, que puede conllevar a conflictos dentro de la empresa familiar.

Es una etapa en la que los roles y responsabilidades comienzan a estar divididos. Por ejemplo, en muchos de los casos, y tras visitar multitud de ferias, nos hemos encontrado con que el apartado de exportaciones está en uno de los miembros de la familia debido a su formación, tanto en comercio exterior como también en idiomas.

El tercero de los tipos corresponde a un **grupo de primos**, ya en la tercera generación y siguientes. Aquí sí que los roles están perfectamente definidos en cuando a la propiedad de la compañía y su gestión y estructura de gobierno. Todos ellos deben trabajar hacia el mismo objetivo, como un equipo, pero con un líder o máximo responsable al

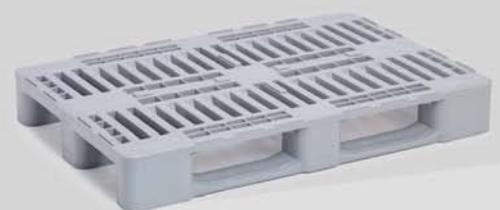


## MOVE GREEN



### Sector cárnico

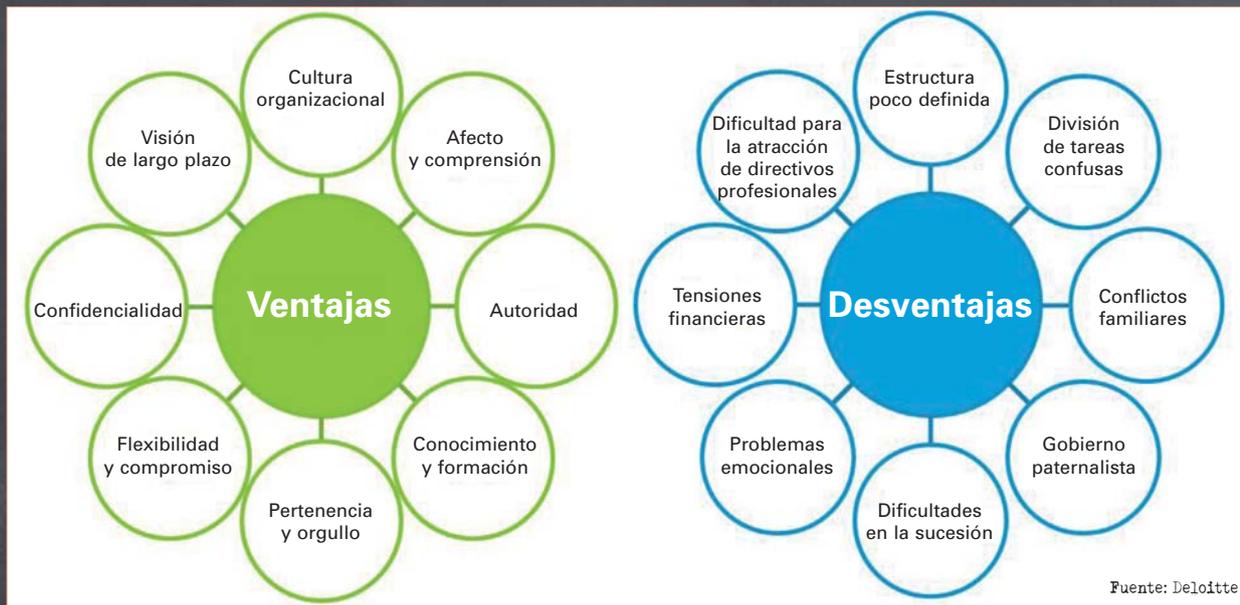
Amplio catálogo de palets y cajas de plástico, adaptadas a las necesidades y requerimientos del sector.



[www.nortpalet.com](http://www.nortpalet.com)

+34 985 67 84 61  
[info@nortpalet.com](mailto:info@nortpalet.com)

## Pros y contras de las empresas familiares



¿Han estado alguna vez en una de esas cenas de Navidad en la que se reúnen hermanos, tíos, primos, cuñados, sobrinos, etc, en las que se puede cortar el aire con un cuchillo? Bueno pues... así puede llegar a ser la reunión del consejo de administración de una empresa familiar y todo por la falta de acuerdo en la toma de decisiones y por la influencia de terceras personas. Pese a esto, las empresa familiares tienen claras ventajas.

La firma Deloitte identifica en el gráfico que pueden ver más arriba muchas de ellas y pasan, sobre todo por la cercanía y el mayor esfuerzo de los integrantes de la empresa por sacar esta adelante. Eso se traduce en la cultura organizacional con una clara división de los puestos, el afecto y la comprensión hacia la labor que se desarrolla, el conocimiento de lo que se está realizando y la formación de los trabajadores. A todo lo anterior hay que sumar un mayor compromiso por sacar el proyecto empresarial hacia delante ya que forma parte de la familia y también por una visión a largo plazo del negocio. También deberíamos de sumar el hecho de la confidencialidad: pocos miembros de la familia van a estar dispuestos a revelar el ingrediente secreto de la fórmula que les ha llevado al éxito

Pero no todo son ventajas y es cierto que en muchos casos los conflictos familiares, visibles en las cenas que hemos referido anteriormente, conllevan puntos de no retorno e incluso pueden provocar el surgimiento de la competencia hacia la propia empresa mediante proyectos nuevos individuales (casi todos conocemos casos de este tipo). Otra dificultad que suelen tener estas empresas es que los puestos y los roles dentro de la empresa no están bien definidos: todos hacen de todo y entienden de todo pero no hay ninguna especialización concreta, en muchos de los casos.

A esto se suma el hecho de que terceras personas, ya sean familiares políticos, consejeros externos e incluso los propios trabajadores acaben influyendo negativamente en la marcha de la compañía. También, en el caso de segundas generaciones es difícil la sucesión y el fundador de la empresa no deja de estar presente, siendo una figura que difícilmente puede ser reemplazada.

Muchas de estas situaciones se han resuelto con la contratación de un director general externo que, de una forma profesional, gestione la compañía y otorgue a cada uno de los miembros de la familia el rol que se considere más adecuado, logrando así un mejor funcionamiento.

frente que demuestre su habilidad tanto para gobernar la empresa como para lidiar con las posibles tensiones internas. Sin duda, esto último, la capacidad para manejar conflictos internos, convierte a las empresas familiares en más flexibles a la hora de negociar con sus clientes. Llegados a este punto de la empresa familiar, los miembros deben saber adaptarse a los cambios que vayan surgiendo tanto en lo económico como en la conformación de la empresa, algo vital para su supervivencia.

Habitualmente estas firmas están compuestas por diversos órganos de gobierno. El primero de ellos sería la junta de accionistas en el que los propietarios de la empresa tienen representación y en el que se toman las decisiones importantes (aprobación de las cuentas, criterios de distribución de beneficios, etc). En las primeras y segundas etapas puede resultar un tanto infravalorado este instrumento debido a que no hay un gran número de accionistas.

El consejo de administración está al frente de la compañía, de su dirección y representación. Está

compuesto por accionistas que suelen trabajar en la propia compañía junto a profesionales externos. Se ocupa de dirigir la compañía, así como de establecer las estrategias de trabajo, asegurarse la disponibilidad de recursos financieros y de informar sobre la marcha de la empresa a propietarios e interesados. Esta figura nos la encontramos más en empresas de segunda y tercera generación donde hay que mediar para llegar a acuerdos entre familiares y se necesita la ayuda de profesionales externos para asesorar.

Finalmente estaría la figura del consejero delegado o gerente de la empresa que controla el día a día, lo que en el ámbito anglosajón se conoce como el *chairman executive officer* (CEO) de la compañía.

Cuando las empresas familiares alcanzan una gran dimensión, se hace necesaria la puesta en marcha de un protocolo familiar que permita mejorar el proceso de comunicación y dejar acordadas las formalidades que en un futuro pudieran provocar graves conflictos.



## ConnectingChemistry

## INGREDIENTES A SU GUSTO



Brenntag Alimentación y Nutrición Iberia tiene un compromiso con sus clientes y proveedores: impulsar la creatividad e innovación que les permitan aprovechar al máximo las nuevas tendencias y desarrollos del mercado.

[www.brenntag.es](http://www.brenntag.es)

### Gama de productos

- **Diseño de Alimentos:** una amplia gama de colorantes, aromas y saborizantes, para producir alimentos atractivos.
- **Tecnología Alimentaria:** almidones, espesantes, estabilizantes y emulsionantes para obtener la estructura deseada.
- **Salud y Nutrición:** minerales, fibras, azúcares y edulcorantes, así como aditivos funcionales, le ayudarán a conseguir una alimentación sana.
- **Seguridad Alimentaria:** antioxidantes y conservantes que garantizan la calidad a lo largo de toda la vida útil del producto.

### Lo que Brenntag ofrece

Amplio conocimiento en el desarrollo y la elaboración de productos, asistencia técnica por parte de nuestro equipo comercial, solvencia y calidad en la marcas de nuestros proveedores, así como innovadoras soluciones logísticas, son algunos de los numerosos servicios personalizados que Brenntag le ofrece para mejorar su competitividad.

**El mejor ingrediente, su confianza en nosotros.**



De izquierda a derecha, Tomás, Juana y José Fuertes, segunda generación de ElPozo Alimentación y creadores del Grupo Fuertes con motivo de la entrega del premio a la Trayectoria Empresarial en los Premios Anice de este año 2017.

## ElPozo Alimentación

ElPozo Alimentación nació en Alhama de Murcia en 1954 con la creación de una pequeña industria chacinera de ámbito local. Sus raíces se remontan a 1935 con una modesta tienda de alimentación, ubicada en la calle El Pozo Concejil de la localidad, cuya denominación dio nombre a la marca comercial más emblemática de la compañía. La tienda estaba gestionada por Antonio Fuertes y su mujer Piedad Fernández, que junto a sus hijos José, Tomás y Juana trabajaron diariamente con esfuerzo y un enorme afán de superación.

La familia Fuertes regentó tres establecimientos en el pueblo alhameño, en los que los alimentos derivados de la

matanza del cerdo eran los productos estrella. El éxito de los embutidos caseros de calidad y sobre todo de su sobrasada fue tal que Antonio Fuertes decidió poner en marcha una industria de transformación porcina para comercializarlos, en primera instancia, en un ámbito local y en la que comenzaron sacrificando un cerdo a la semana.

Desde sus orígenes, la filosofía de la empresa se ha basado en el trabajo constante y en el desarrollo de un singular modelo de control integral de proceso, CIP, que tiene al consumidor en su núcleo central. Este concepto se pone en marcha en 1968, cuando la compañía incluyó la ganadería en su actividad empresarial.

En 1971 la empresa puso en marcha un matadero frigorífico y sala de despiece para comercializar, además de productos elaborados, carne fresca. Ocho años después, se inauguraron parte de las actuales instalaciones, con una moderna fábrica que permitió a ElPozo Alimentación, por aquel entonces llamada *Industrias Cárnicas Fuertes*, dar el salto a la venta de alimentos en toda España. Este hito estuvo apoyado por la ejecución en 1980 de la primera campaña de publicidad en televisión nacional protagonizada por la actriz Raфаela Aparicio, quien confirmaba la calidad de la sobrasada de ElPozo en los anuncios.

### Algunos ejemplos de empresas cárnicas familiares

Podríamos citar aquí el ejemplo de numerosas compañías que están hoy en día presentes en el mercado y que tienen su origen en una pequeña carnicería o charcutería y que, poco a poco, ha ido creciendo hasta convertirse hoy en un negocio generador de riqueza, sobre todo en el caso de aquellos ubicados en un ámbito rural.

En muchos de los casos se da la circunstancia de que dos o incluso más generaciones de una familia están trabajando de forma conjunta en las empresas familiares

## Cuestión de familia

En el plano internacional, ElPozo Alimentación comenzó su actividad exportadora en 1990 y hoy en día dispone de delegaciones comerciales en Francia, Portugal y China. Sus productos están presentes en más de 80 países. Sus ventas en el mercado exterior ya suponen más del 30 por ciento de su facturación global.

Las siguientes décadas han estado marcadas por la reinversión en la mejora de todos los aspectos de la organización, servicios sociales y formación para los empleados, tecnología, defensa medioambiental, apoyo a la marca y colaboración con la sociedad, entre otras muchas.

Es una empresa familiar en la que conviven la segunda y tercera generación. Los tres miembros de la segunda generación son su presidente Tomás Fuertes y sus consejeros delegados José y Juana Fuertes. Sus descendientes forman parte del G12, un órgano de gestión interna y consultivo. De sus 12 miembros, cinco son ejecutivos de la compañía.

De hecho, uno de ellos, Rafael Fuertes Quintanilla, hijo de Tomás Fuertes y presidente es el presidente del Grupo Empresarial Fuertes, además de ser adjunto a la dirección de ElPozo Alimentación que ocupa su padre.

### Incarlopsa

Quizás a lo largo de las dos últimas décadas esta ha sido una de las firmas cárnicas españolas que más ha crecido. Inició su actividad a finales de los 70 cuando los hermanos de la familia Lorient Piqueras (Moisés, Clemente, Jesús y Emilio) crearon Incarlopsa (*Industrias Cárnicas Lorient Piqueras, S.A.*) y con el objetivo de producir y elaborar productos cárnicos por-

cinis de calidad.

La actividad se inició con un pequeño matadero ubicado en la localidad conquense de Tarancón. La venta de los productos se realizaba en un comienzo a nivel local y regional y poco a poco fue creciendo. En los 80 la firma construyó un matadero más amplio con sala de despiece, fábrica de embutidos y secaderos de jamones.

Con posterioridad, a comienzos de la década pasada, Incarlopsa pasó, junto a Embutidos Martínez, a convertirse en interproveedor de Mercadona con la creación de Martínez Lorient para la carne de porcino, vacuno y ovino. Hoy en día Martínez Lorient se ha diluido pero Incarlopsa sigue manteniendo su relación con Mercadona al ser su proveedor en carne de cerdo y en la categoría de jamón curado, tanto de cerdo blanco como de ibérico.

Esto le ha llevado a crecer exponencialmente en los últimos años en las instalaciones que tiene en Olías del Rey y en Corral de Almaguer, en la provincia de Toledo, y la de Guijuelo donde elabora los productos ibéricos.

Al frente de la empresa hoy encontramos a miembros de la primera y segunda generación con Emilio Lorient Piqueras como presidente y Clemente Lorient Calonge como consejero delegado de la empresa. Su consejo de administración tiene a 8 miembros de la familia y muchos de ellos ocupan cargos de responsabilidad dentro de la compañía.

### Monte Nevado

Empresas familiares y dedicadas al ámbito de la producción de jamón curado encontramos muchas en nuestro país. Una de las más significativas, por su actividad en

COMSERVYS



**CONSTRUIMOS  
SOLUCIONES**  
**PROTEGEMOS  
INVERSIONES**

**La solución perfecta para recubrir de forma higiénica y estética paredes y techos dañados. Sistema de paneles P300, P200, P100 y lama alveolada:**



**Proteja sus instalaciones y maquinaria con nuestros sistemas de protección: bolardos, guardarraíles, barandillas y PP500:**



- \* COMPROMISO DE CALIDAD DE SERVICIO ES LO QUE RECIBEN NUESTROS CLIENTES.
- \* COMPROMISO DE GARANTÍA CON UN 100% DE SATISFACCIÓN GARANTIZADA.
- \* HACEMOS CLIENTES, NO UNA VENTA.

**¡ ESTO ES COMSERVYS !**

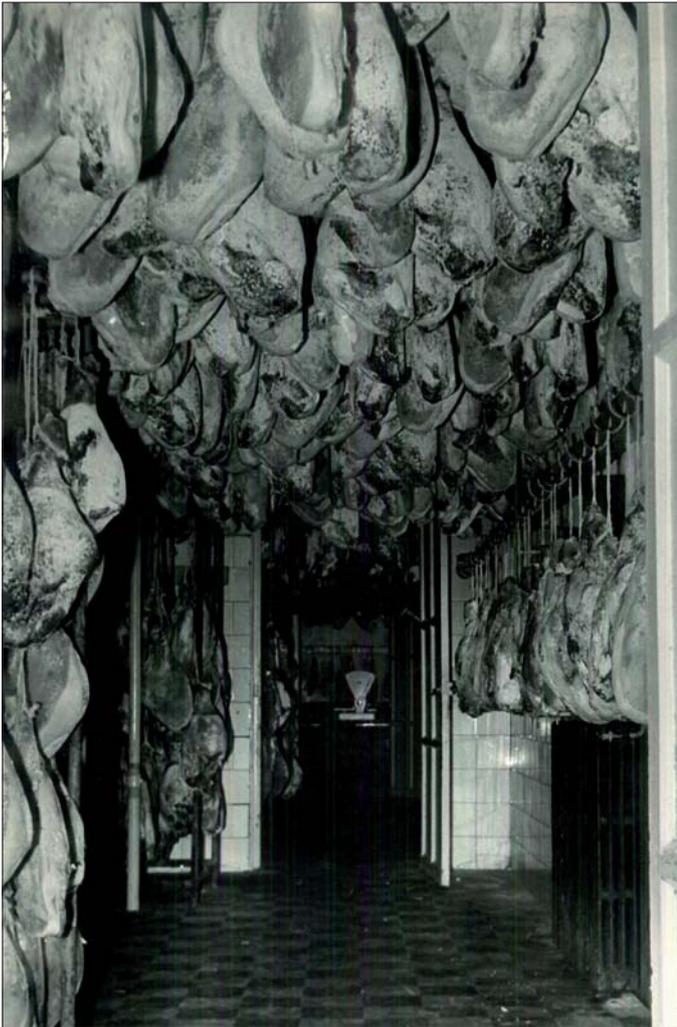
**meat  
attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

18-20  
OCTUBRE  
2017  
MADRID-ESPAÑA

**VISÍTENOS:  
Pabellón 3  
Stand 3D14**

info@comservys.es • www.comservys.es

**Att. cliente: 628 314 796**



Antiguas instalaciones de la firma Monte Nevado.

pro del sector y el tiempo que llevan trabajando, es la segoviana Monte Nevado.

Su origen está en una familia proveniente de las tierras altas de esta provincia, cuando a finales del siglo XIX Juan Olmos volvió de la Guerra de Cuba y con los ahorros de su paso por el ejército compró unos centenares de cerdos. La familia pasó a combinar la agricultura y la actividad de un molino público de cereales, con la cría de cerdos para curar jamones, iniciando una saga dedicada a la elaboración de jamón curado y otros productos cárnicos desde hace más de 100 años.

Ya en la década de los 30 del pasado siglo la actividad comienza a ampliarse y construyeron una cámara frigorífica, llegando a tener sus primeros clientes en Madrid. Ya desde entonces, los jamones de Monte Nevado provienen de su propia ganadería y otras de confianza.



El Conchel, firma familiar ubicada en El Ballestero (Albacete) otro ejemplo de firmas cárnicas que han surgido de una pequeña carnicería.

A mediados del pasado siglo la compañía vende ya en todo el país y en esa década se crea la marca Monte Nevado que siempre se ha caracterizado por dar a sus productos curaciones más lentas y largas. La compañía comienza a crecer a base de nuevos secaderos, convirtiéndose en una de las primeras en tener la homologación para el comercio intracomunitario.

Llegan los 90 y la compañía incorpora a la cuarta generación, que actualmente ocupa su dirección con Juan Vicente Olmos al frente, y destaca por rescatar la raza del cerdo Mangalica en Hungría, emparentada con el Ibérico de nuestro país.

En la siguiente década Monte Nevado volvió a crecer con la compra de un secadero en la Sierra de Cameros de La Rioja y con una nueva planta para la clasificación y curación de jamones. A este se sumaría en 2008 una planta en Guijuelo con capacidad para 500.000 piezas.

La firma segoviana ha sido pionera en algunos aspectos como ofrecer jamón curado deshuesado y envasado al vacío, lo que le ha llevado a ser una de las principales firmas jamoneras de nuestro país y de las primeras en estar homologadas para exportar a EE.UU. en el año 2006, uno de los 35 destinos donde hoy en día envía sus productos.

La presidencia del Grupo Monte Nevado la ostenta Miguel Olmos, a quien podemos ver "con las manos en la masa" en alguna de las fotografías de este artículo junto a trabajadores de la empresa. La dirección general recae en Juan Vicente Olmos y comparte responsabilidades junto a dos de sus hermanos: Miguel Olmos,

director comercial, y Alejandro Olmos, director de Calidad e I+D+i. También hay otros representantes de la familia dentro de la compañía en labores relacionadas con la logística, el *marketing* y las relaciones con la prensa.

## El Conchel

Más corta es, sin duda, la trayectoria de El Conchel, otra de las firmas cárnicas que surgió como iniciativa empresarial desde una pequeña carnicería de la localidad albaceteña de El Balletero.

De la mano de Antonio y Nicolás Cano, director general y de producción respectivamente, la empresa comenzó a crecer pronto desde que fuera fundada en 1991 tras haber comenzado con una pequeña carnicería en 1978. Ya a mediados de los 90 contaban con 20 trabajadores y llegaron a ser la primera empresa de la provincia en lograr la homologación para la venta en la UE.

La compañía logró pronto estar presente en el mercado a nivel nacional y el propio director general de la firma nos confiesa que no ha sido hasta que ha entrado en la empresa la segunda generación, cuando se han volcado en las exportaciones. Esto les ha llevado a que hoy en día estén presentes en 12 países y tengan autorización para exportar a otros 10.

Pese a no ser una de las mayores firmas cárnicas de nuestro país, la compañía ha llegado a acuerdos con cocineros renombrados, como ha sido el caso de la villarrobledense Teresa Rodríguez, para elaborar recetas propios donde destacan sus productos.

Hoy en día son cuatro los miembros de la familia que trabajan en ella y se gestionan a través de un comité de dirección en el que pueden participar todos ellos.

## Faccsa-Prolongo

Estamos ante otra firma cárnica que no ha parado de crecer desde sus inicios en 1977 en Cártama (Má-

## AMPLIA GAMA DE SOLUCIONES PLÁSTICAS PARA CADA SECTOR DE ACTIVIDAD



**CUBETAS Y CONTENEDORES ENCAJABLES**

**CONTENEDORES DE GRAN CAPACIDAD**

**CONTENEDORES APILABLES**

**BASES RODANTES**

**SOLUCIONES INTEGRALES**

**LISOS**

**COMPACTOS**

**ENCAJABLES**

**NUEVA GAMA DE PALETS 1200X800 Y 1200X1000 MM**



**CONGOST PLASTIC S.A.** · Camí de la Rovira, s/n · 08187 Santa Eulalia de Ronçana (Barcelona)  
 Tel.: +34 938 448 684 · Fax: +34 938 448 718 · e-mail: [congost@congost.com](mailto:congost@congost.com) · [www.congost.com](http://www.congost.com)



Muestra de cómo eran en su inicio las instalaciones de Faccsa-Prolongo en Cártama (Málaga).

laga). Hoy en día se ha convertido en una de las principales productoras de carne de cerdo de capa blanca y derivados cárnicos de este tipo de nuestro país. Además está de celebración por su 40 aniversario dentro del sector que acaba de conmemorar.

La familia Soler Ciurana pilota esta empresa con Ramón Soler al frente y cuenta ya con la segunda

generación con cargos de relevancia relacionados con la internacionalización, que está aportando una parte fundamental de su facturación debido a los destacados mercados a los que está exportando (China, México, Unión Europea, etc).

De sus inicios, María Dolores Ciurana recuerda emocionada que apenas sacrificaban 12 cerdos al día en aquellos tiempos y tenían que luchar mucho por hacerse un hueco en el mercado malagueño. Desde ahí Faccsa ha ido creciendo hasta sacrificar al día unos 4.200 cerdos. Y sigue en expansión ya que la firma espera ampliar sus instalaciones hasta sacrificar unos 7.000 animales al día.

### Embutidos España e Hijos

La trayectoria de Miguel España Muñoz, fundador de esta compañía, ha estado relacionada desde los años 60 con la industria cárnica, ya que ocupó diversos puestos en diferentes empresas.

Corría el año 1985 cuando creó en Escalonilla (Toledo) la firma Embutidos España, en unas instalaciones de apenas 600 metros cuadrados por entonces que han ido creciendo hasta alcanzar los 20.000 metros cuadrados con que cuenta hoy en día.

Conforme avanzaban las demandas de los consumidores la firma ha ido adaptándose a las mismas y para



"Carnissería modelo" con la que Isidro Bosch Muntada inició la actividad de Noel Alimentaria en Olot (Girona).

ello, según nos comenta el actual gerente de la firma, Miguel Ángel España, se han ido incorporando zonas específicas para la fabricación de cada tipo de productos (embutidos, secaderos para jamón curado, zonas de termoformado y loncheado, etc).

La firma toledana ha crecido también merced a las compras como la hecha en 2007 de unos secaderos ubicados en la localidad de Gerindote (Toledo) que le han permitido crecer en este tipo de productos.

Estamos ante un ejemplo claro de firma cárnica familiar que se gestiona a través de un protocolo familiar ya establecido. Desde comienzos de la década de los 90, la segunda generación está al frente de la compañía, con Miguel Ángel España como gerente de la firma junto a su hermano Diego, que es el responsable de producción, María del Carmen, responsable de administración, y Rubén al frente de la exportación y apertura de nuevos mercados. Para ello han recibido formación específica de cara a lograr una mejor gestión de la empresa.

### Noel Alimentaria

Para hablar de los inicios de esta empresa, una de las principales en el ámbito de los derivados cárnicos en nuestro país, nos tenemos que remontar a hace prácticamente un siglo cuando un 9 de abril de 1920 Isidro Bosch abrió las puertas de la *Carnissería Modelo* en Olot (Girona).

Justo tras la Guerra Civil, su hijo, Josep Bosch, compró junto a Salvador Berga la fábrica de embutidos Mateu Vidal, ampliando de esta forma la actividad de la empresa, que tendrá la marca Noel en el mercado



Las primeras instalaciones de Embutidos España pronto se quedaron pequeñas debido a la dimensión de la actividad de la empresa.

para el año 1946. Poco a poco se convierte en una de las marcas más reconocidas para productos como el jamón cocido en lata, recordado por sus dibujos alusivos a la Navidad.

Ya en la década de los 50 la firma pasa a pertenecer en exclusiva a la familia Bosch y comienza su plan de expansión con la construcción de una nueva fábrica en Olot. La firma se caracterizó por ser de las primeras en anunciarse en televisión, a mediados de los 60.

La siguiente generación de los Bosch, encabezada por Albert, se hace al frente de la empresa y comienza a vender productos como jamón deshuesado y la compañía inicia sus exportaciones. Para mejorar su penetración en los mercados internacionales, los responsables de la empresa hicieron diversos viajes con los que buscaban conocer qué productos eran los que más interesaban a los consumidores, así como los métodos



Descubre nuestra  
nueva imagen en  
[www.adpan.es](http://www.adpan.es)

isin gluten! isin huevo! isin frutos secos! isin soja! isin leche! isin cacahuete! isin semillas!



Antigua entrada al matadero de Fribin en Binéfar (Huesca).

de producción que tenían las principales firmas en dichos países.

Con los 70 Noel inicia la construcción de una nueva fábrica en Begudà para ampliar su producción y antes de que finalice la década salen al mercado sus primeros productos envasados, conocidos como “embolsados”.

Una nueva generación se incorporó a la empresa en 1987 con Anna Bosch i Güell y Joan Boix i Sans como directores generales, continuando así con el apellido y la tradición familiar de esta firma cárnica. Bajo su dirección, Noel ha sido impulsora de organizaciones como el Consorcio del Jamón Serrano y también del Consorcio del Chorizo, buscando defender la calidad de estos productos. Han ampliado también la producción a base de nuevas compras, la cons-

Muchas de las empresas familiares que hoy en día destacan en la industria cárnica española tienen su origen en una pequeña carnicería o en los tratantes de ganado

trucción de modernas plantas y la ampliación de las ya existentes.

### Fribin

En esta empresa podemos encontrar otro ejemplo de cómo del ámbito ganadero se pasa al siguiente escalón, el cárnico, hasta llegar a crear una de las firmas cárnicas más reconocidas en nuestro país.

José Gallart fue uno de los impulsores de la empresa que se caracterizó por su carácter emprendedor. Siempre estuvo vinculado al ámbito de la ganadería y junto a la familia Marco y José María Coiduras Garralaga emprendieron, en la década de los sesenta del siglo pasado, la puesta en marcha de la industria cárnica Fribin que celebra ya su 50 aniversario. En un principio la compañía contaba con 60 trabajadores y hoy en día es la auténtica *locomotora* de esta comarca oscense.

Con sus gestores, al frente de los cuales está actualmente su hija, Cristina Gallart, la compañía logró en 1986 ser el primer matadero homologado para el comercio intracomunitario y hoy en día buena parte de su facturación procede fundamentalmente de la exportación.

### Marcial Castro

Estamos ante otra firma chacinera con más de 100 años de tradición. Desde siempre la familia se ha dedicado a la actividad comercial en la Sierra de Salamanca y pasando luego a otras comarcas del sur como la de la Vera o zonas de León, Zamora y Galicia. En ellas hacían trueques de tocino por jamón. Además también sacrificaban los animales y los antepasados de Clotilde Sánchez, actual presidenta de la empresa, los traían desde las dehesas andaluzas y extremeñas.

Todo esto cambió con la llegada del ferrocarril a Guijuelo. Con ese avance se podía traer el ganado más a menudo y la salida de los productos guijuelenses también se facilitó.

Ya en la década de los 80 surge la empresa Marcial Castro, fruto de industrializar la experiencia de una pequeña carnicería ubicada en la localidad salmantina de manos del matrimonio conformado por Marcial, tristemente desaparecido, y Clotilde. Sus instalaciones acaban de cumplir 25 años y por ello han celebrado un acto al que acudieron autoridades regionales y mu-

nicipales además de otros muchos empresarios cárnicos de Guijuelo.

Al frente de la empresa están hoy también los hijos de Clotilde, Manuel y Javier, ocupando puestos de responsabilidad en el área de gestión, exportación y producción.

### Grupo Tello

Los inicios de este grupo empresarial los encontramos en hace casi 70 años cuando se abrió una pequeña tienda dedicada a la venta de productos cárnicos en San Pablo de los Montes (Toledo). ¿Su fundador? Eusebio Tello Cogolludo. Como en muchos de los otros casos en la década de los 60 la firma cárnica comienza a tener más actividad lo que lleva a que construyan nuevas cámaras frigoríficas y los primeros secaderos de jamones en la localidad de los Montes de Toledo.

Con la siguiente generación de la familia al frente, de la mano de Paulino Tello, llegamos a los 80 y la compañía construye sus instalaciones de Totanes, también en la provincia toledana, donde cuenta ya con una sala de despiece y ocho nuevos secaderos para jamones. El máximo responsable por entonces de la empresa siempre estuvo muy relacionado con el ámbito empresarial y, de hecho, llegó a ser presidente de la Federación de Empresarios de Toledo (Fedeto).

Los 90 suponen mantener la expansión de la empresa con nuevos obradores y secaderos hasta llegar a la dé-



Antiguo secadero de Tello en San Pablo de los Montes (Toledo).

cada pasada en que construye una nueva sala de despiece en La Puebla de Montalbán. De la firma hay que destacar que su crecimiento también se ha basado en la compra de empresas, con ejemplos como las operaciones por las que se hizo con Frial en 2016 y Sánchez Montero y Pamplonica ya en 2017.

La familia Tello siempre ha estado al frente de la empresa y hoy en día tienen como máximos responsables de la compañía a la tercera generación compuesta entre otros por Paulino Tello Cano, como consejero delegado, junto a sus hermanas, Inés y Sonia, que también ostentan cargos de responsabilidad en la



Alimentos más seguros,  
**sin riesgo.**

### Alargue la vida útil de sus productos envasados.

Nuestro servicio de pasteurización en frío le asegura una mayor calidad y frescura, sin necesidad de grandes inversiones. Consúltenos.

\*La alta presión inactiva patógenos nocivos, como Listeria, Salmonella y E. coli.

[www.idro.es](http://www.idro.es)



HPP FOOD TECHNOLOGY

**IDRO**

fresh life!

## Modelos de sucesión en la empresa familiar



Según James Lea, un prestigioso asesor empresarial de EE.UU., dentro del proceso de sucesión de las empresas familiares se pueden identificar cuatro modelos de traspaso de acuerdo al rol que la persona en proceso de retiro ha decidido asumir:

1. El *rey*, muere con las botas puestas, es decir, la sucesión se produce sólo cuando fallece el fundador o ante la rebelión de los hijos.
2. El *general*, planifica su sucesión pero siempre con la mira en la semilla del retorno para volver victorioso a salvar a la empresa.
3. El *gobernante*, cuando concluye su mandato se retira por completo y se dedica usualmente a otra actividad.
4. El *embajador*, logra mantener un nexo con la empresa, dejando la gestión directiva para ocuparse de otros temas que le encarguen.

firma además de otros familiares. En este caso la empresa cuenta con un director general, Alfonso Alcázar, que no pertenece a la familia propietaria de la firma.

### Cárnicas Serrano

Los orígenes de la firma valenciana los podemos encontrar hace 67 años cuando Blas Serrano puso en marcha esta firma cárnica que procede también de un pequeño obrador. Realmente el creador de la firma se quedó con la pequeña fábrica de embutidos de uno de sus proveedores que se retiró de esta actividad. Serrano comenzó la actividad en una pequeña calle de Valencia.

Blas y Carlos, la siguiente generación al frente de

la empresa, fueron los que se encargaron de incrementar tanto la producción como la variedad de los productos que elaboraban así como los destinos a los que exportaba la empresa.

Hoy en día la compañía cuenta con la tercera generación al frente, Carlos y Abelardo Serrano. Ambos son directores generales de la compañía pero es Carlos Serrano quien representa a la compañía en diversos foros como, por ejemplo, la presidencia de la Asociación Nacional de Industrias Cárnicas de España (Anice) o la Asociación Valenciana de Empresarios.

Esta empresa destaca por una característica especial: su aventura de expansión en Cuba a través de Cárnicas Bravo, compañía dedicada a la elaboración de productos destinados fundamentalmente a los hoteles de la isla, tanto frescos como procesados. La firma cubana, de la que Serrano es propietaria al 50% junto al gobierno de este país, fue creada a mediados de la década de los 90.

### Ramón Ventulà

La firma gerundense representa un ejemplo más de empresa cárnica donde los hijos han recogido el impulso del creador de la empresa, Ramón Ventulà. Fue en la década de los 50 cuando se inició la actividad de elaboración de jamones y embutidos curados para acabar constituyéndose en Ramón Ventulà, S.A. en 1972.

Desde sus comienzos siempre ha apostado por la innovación en todo lo relacionado con los procesos de producción y la mejora de la eficiencia. Otra de las facetas de la compañía, que hoy en día es dirigida por su hijos Pilar y Ramón Ventulà Dilme, al frente de la gerencia y la producción respectivamente, ha sido la apuesta por la internacionalización. Fruto de esto, obtuvo en 1988 la autorización para el comercio intracomunitario y hoy en día aproximadamente el 52% de su facturación proviene de las exportaciones.

Esta compañía familiar destaca también por la calidad y esto le ha llevado a ser una de las fundadoras del Consorcio del Jamón Serrano Español además de contar con numerosas acreditaciones y certificaciones.

## Campofrío

Quizás también debamos citar aquí como ejemplo a la firma Campofrío pero más bien por todo lo contrario: por ser una firma que tan solo ha mantenido al frente de la presidencia a un descendiente de su creador y que fue perdiendo el ámbito familiar para acabar convirtiéndose en prácticamente una multinacional participada por bancos, fondos de inversión, etc, y finalmente acabar siendo propiedad de una firma mexicana.

De orígenes familiares, la compañía fue fundada en 1952 por José Luis Ballvé en Burgos. Pronto comenzó su proceso de diversificación y crecimiento que le llevó a entrar en Bolsa a comienzos de la década de los 90, lo que motivó la compra de acciones por parte de entidades de fuera del sector, y entrar en un proceso de compras de firmas tanto en España (Revilla, Navidul, Oscar Mayer, por ejemplo) como en el extranjero, para acabar en manos de otra empresa mayor, Smithfield Foods.

En este cambalache de compras y fusiones, en el año 2013 el grupo chino Shuanghui International, hoy WH Group, anunció la adquisición de Smithfield Foods, por lo que buena parte de las acciones de Campofrío Food Group quedaron en manos de la empresa china.

Finalmente, Sigma Alimentos lanzó una OPA por el 100% de Campofrío. Anteriormente, ya poseía el 45% de la cárnica, tras comprar las participaciones de la familia Ballvé, el fondo Oaktree y Caixabank. Finalmente, justo este verano, hemos conocido que Pedro Ballvé abandonaba la presidencia de Campofrío Food Group, por lo que la impronta de esta familia se perdía definitivamente al frente de la compañía.

A lo largo de las últimas décadas nos hemos encontrado con numerosos casos donde sea por compras o por mala la gestión han cerrado muchas empresas familiares

## Casademont

Hace más de 60 años que Casademont inició su actividad como un pequeño obrador donde Jaume Casademont i Perafita, padre de su hasta hace poco directora general, Adriana Casademont, se dedicaba a hacer fuet. Lo amplió a otros productos, haciendo así más grande el negocio que ya tenían sus padres en una masía familiar de Cataluña a comienzos del pasado siglo.

Fue en la década de los 60, apenas 4 años después de la constitución oficial de la empresa, cuando se construyó una fábrica en Bescanó (Girona) y posteriormente llegaría otra en Sant Gregori, continuando con el crecimiento de la marca.

Casademont tuvo 6 hijas y fue Adriana quien se hizo al frente de la compañía tras el fallecimiento del impulsor de la empresa. Durante estos años la compañía ha destacado por su clara apuesta innovadora, lo que

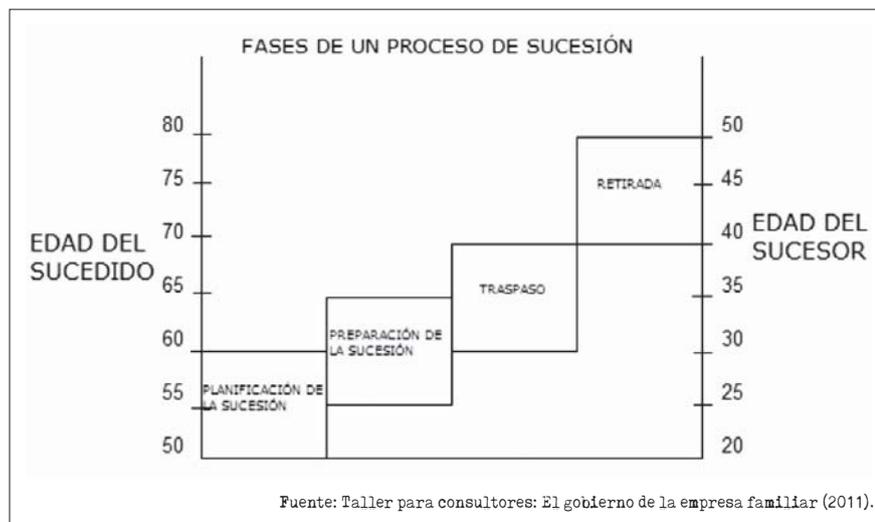
**BASF**  
We create chemistry

**Pavimento industrial Ucrete**  
El pavimento más resistente del mundo

[www.ucrete.basf.com/es/](http://www.ucrete.basf.com/es/)

**meat attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO  
18-20 OCTUBRE 2017  
MADRID-ARONA  
Visítenos: Pabellón 3 - Stand 3C71

**MASTER® BUILDERS SOLUTIONS**



Las fases de un proceso de sucesión en una empresa familiar.

le llevó a ser pionera en utilizar el QDS diseñado por Metalquimia, y también en la exportación.

Desgraciadamente el cierre de determinados mercados clave para la empresa y la situación financiera de la compañía acabaron, a mediados de este año, llevando a la situación de concurso de acreedores y la compañía ha dejado de estar en manos de la familia Casademont para pertenecer a la aragonesa Piensos Costa, dedicada a la venta de cereales y a la cría de ganado porcino.

### La sucesión, uno de los principales y más delicados momentos en la vida de toda empresa familiar

El tiempo pasa y todas las empresas familiares están abocadas, de forma abrupta en unos casos y de forma

La preparación de la sucesión en una empresa familiar requiere de una planificación serena y reflexiva de la misma además de la colaboración de las partes que van a intervenir

ordenada en otras, a la sucesión. Alguien debe tomar los mandos de la empresa una vez que el fundador o quien esté al frente durante la segunda generación decide abandonar la empresa.

La sucesión generacional se ha revelado como uno de los problemas críticos de la empresa familiar: la mayoría de este tipo de empresas no llegan a la tercera generación. Unido a este problema está el de la permanencia del control de la empresa en el núcleo familiar.

Por lo tanto, la preparación de la sucesión es un aspecto fundamental en las empresas familiares y la mentalización acerca de la importancia

de esta cuestión, es un factor clave para su continuidad en el tiempo.

La preparación de la sucesión implica la colaboración de las partes que van a intervenir y requiere una planificación serena y reflexiva de la misma. Este proceso puede originar tensiones como la resistencia del fundador a aceptar su retiro y a que la sucesión se realice; tensiones entre los propios candidatos a la sucesión; problemas respecto al rumbo que toma la empresa bajo la nueva dirección y discrepancias entre socios familiares sobre el nombramiento del máximo ejecutivo en la empresa.

Una vez producido el traspaso, el sucesor deberá conocer las implicaciones y comprender ampliamente los negocios de la empresa, además de desarrollar sus habilidades de liderazgo. Existe la opción de incorporar la ayuda de un mentor externo, que tenga la oportunidad de desarrollar en el sucesor un estilo individual y propio de liderazgo. De una u otra forma, la designación del sucesor va más allá de acumular títulos, o de poner a los herederos a trabajar desde abajo o a través de una asistencia pasiva en el negocio.

Aunque existen diversas alternativas para llevar a cabo la sucesión en una empresa familiar, la decisión final depende de la existencia de sucesores apropiados, de la situación familiar interna y de sus necesidades financieras, así como de la forma de distribución de la propiedad, la organización de la empresa y el estilo personal del miembro de la familia que se retira y sus sucesores.

Todo sea por no acabar cumpliendo una de las sentencias de nuestro rico refranero: *Padre comerciante, hijo caballero, nieto pordiosero.* e

# BEEF FRESH

**BEEF FRESH**, un concepto tan nuestro como la ternera que **exportamos a todo el mundo**.



**FRIBIN**  
GUSTO POR LA CARNE

Partida Chubera, s/n 22500 BINÉFAR (Huesca) España • +34 974 431 500 • Fax: +34 974 431 608

fribin@fribin.com • www.fribin.com



# Las acciones de las interprofesionales marcan el ritmo de promoción e internacionalización del sector cárnico

La labor que están desarrollando las organizaciones interprofesionales del sector cárnico está permitiendo que la sociedad tenga conocimiento de la actividad de la industria cárnica para la mejora de los productos, así como para incrementar su internacionalización. Resumimos en este artículo sus acciones a lo largo de los últimos meses.

**Jesús Cruz**  
**eurocarne**  
*jcruz@eurocarne.com*



Autobús con el que Interporc está realizando el *Pork Lovers Tour* por diversas ciudades de España y Reino Unido.

**Q**uienes ya llevamos en esto unos cuantos años, sabemos el trabajo que le cuesta a la cadena cárnica comunicar sus logros y también dar a conocer al resto de la sociedad el actual modelo de producción europea para que sea puesto en valor frente al existente en otros muchos países. No hablemos ya de cuando se tiene que defender frente a los ataques que recibe desde diversos ámbitos de la sociedad de forma totalmente injustificada.

Por suerte, a lo largo de los últimos 3 o 4 años podemos decir que esta situación ha mejorado, en parte por la aparición de las organizaciones interprofesionales. Estas han aparecido para cada uno de los segmentos de la producción cárnica (vacuno, porcino, ovino-caprino, ibérico, aves, conejos, caza, palmípedas) y su objetivo pasa por ser organizaciones representativas de la producción, la transformación y, en su caso, de la comercialización y distribución agroalimentaria.

Los objetivos por los que se constituye una organización de este tipo pueden ser muchos y destacan, sobre todo aspectos como:

- Velar por el adecuado funcionamiento del sector.
- Mejorar el conocimiento, la eficiencia y la transparencia de los mercados.
- Mejorar la coordinación de los diferentes operadores.
- Mejorar la calidad de los productos.

- Realizar acciones de formación entre integrantes de la cadena.
- Realización de estudios sobre métodos de producción sostenible y evolución del mercado.
- Mejorar la cualificación profesional en el sector agroalimentario.

Para lograr estos objetivos, las interprofesionales tienen la facultad de alcanzar acuerdos de cumplimiento obligatorio para su miembros y además pueden poner en

*Las organizaciones interprofesionales se están encargando de las labores de promoción e internacionalización del sector cárnico español*

- Promover actividades de I+D.
- Promocionar las producciones alimentarias.
- Orientar y mejorar la producción a las necesidades del mercado y de los consumidores.
- Promover las figuras de calidad diferenciada.
- Elaborar contratos tipo agroalimentarios compatibles con la normativa de competencia nacional y comunitaria.
- Regular la oferta, de acuerdo con la normativa de competencia nacional y comunitaria.
- Negociación colectiva de precios cuando existan contratos obligatorios en los términos previstos en la normativa comunitaria.
- Controlar y racionalizar el uso de productos veterinarios y fitosanitarios.
- Realizar acciones de mejora medioambiental.
- Promover la eficiencia en los diferentes eslabones de la cadena alimentaria.

marcha un mecanismo denominado como extensión de norma por el que se hace obligatorio, mediante una orden ministerial, para todo el sector su cumplimiento, esté o no representado en la interprofesional. Para que el acuerdo de una interprofesional pueda extenderse a todo el sector que representa, tiene que contar con el respaldo de al menos el 50% de los productores y operadores del mismo y de las 75% de las producciones afectadas.

Es precisamente a través de estas extensiones de norma como muchas de las interprofesionales están logrando dar a conocer las cualidades de la carne y productos cárnicos españoles, aunque su labor depende de la propia actividad del sector que será la que marque los fondos recaudados además de otro tipo de ayudas complementarias que pueden llegar a solicitarse (fondos europeos, ayudas públicas, etc).

Hoy en día hay 8 interprofesionales que tienen relación con el



## Control de producción



**Nos integramos con todas las marcas de dispositivos y con todos los ERP's**



**Soluciones a medida para la industria cárnica**  
**Nos adaptamos a tu proceso**



info@avanzasis.com  
 www.avanzasis.com  
 +34 910 149 926 / +34 627 534 172

**avanzasis**  
 Consultoría, servicios y sistemas tecnológicos



Diversas acciones promocionales realizadas por Interporc a lo largo de los últimos meses.



A la izquierda, José Luis Llisterri, presidente de Semergen, explicando el documento desarrollado para los médicos de familia y difundir los beneficios del consumo de carne de cerdo. En el centro, Manuel García, presidente de Interporc, recibe de Myriam de la Sierra y Urquijo la Medalla Europea al Mérito del Trabajo. A la derecha, personal de Interporc y representantes de empresas cárnicas que asistieron a la pasada edición de Expo Antad en México.

sector ganadero y cárnico (Invac, Propollo, Asici, Intercun, Interovic, Interporc, Interpalm, Asicaza y Provacuno).

En este trabajo vamos a hablar del trabajo que realizan para tratar de fomentar tanto la promoción, el I+D+i y la internacionalización de los sectores a los que pertenecen.

### Interporc, la de mayor y más variada actividad

Se trata sin duda de la organización interprofesional que se está moviendo en más ámbitos, debido tanto a las estrategias planteadas por su gestores, como por el alcance de los fondos que logra recuperar a través de la extensión de norma que tiene en vigor y los programas europeos en los que participa.

En el ámbito de la promoción del producto, Interporc busca acercar la carne de cerdo y los productos que con ella se elaboran a todo tipo de público. Así, una de las actividades fue unos talleres de hábitos saludables con más de 1.000 niños de distintos colegios de la Comunidad de Madrid, en los que les mostraron las cualidades de la Dieta Mediterránea, de las que la carne de cerdo forma parte y su consumo es importante precisamente entre los más pequeños de la casa por el aporte de nutrientes que tiene.

También ha realizado diversas misiones inversas en las que tanto periodistas como importadores de distintos países han visitado España para conocer las características y cualidades del sector porcino español, así como el proceso de producción, elaboración y venta de la carne de cerdo y los productos derivados. Durante los últimos meses han venido a nuestro país periodistas de Colombia. También responsables de asociaciones como la Asociación para la Producción Animal de China (CAA) participaron en un encuentro empresarial celebrado en la sede del Ministerio de Agricultura.

Entre sus labores está también la del patrocinio de eventos relacionados con el sector. Es el caso, año tras año, de los premios Porc d'Or que en su edición 2016 se celebraron en Vic (Barcelona) y que para este 2017 tendrá lugar en Segovia. Interporc también participa en estos eventos y en algunas ocasiones organiza mesas redondas en ellos.

Un ejemplo será el Simposium Internacional de Porcino que tendrá lugar en la próxima edición de Sepor y en la que colabora en su organización junto al Mapama y Anprogapor.

También ha sido el principal patrocinador de la pasada edición de la novena edición del Congreso Mundial del Jamón Curado que tuvo lugar en Toledo, a comienzos del pasado mes de junio y junto a otras

organizaciones interprofesionales y asociaciones forma parte del comité organizador de Meat Attraction, la primera feria exclusiva del sector cárnico que se desarrollará en Madrid del 18 al 20 de octubre.

Fuera de nuestro país, Interporc también realiza acciones promocionales a través de la presencia en todo tipo de eventos y ferias. Muchos de ellos son organizados junto al Instituto Cervantes, que ofrece sus sedes para estos actos. En ellos se suele reunir a un grupo de importadores y medios de comunicación a los que se les explica las cualidades del producto español y también se les da formación específica en aspectos como el corte de jamón curado a cargo de un cortador profesional.

Tras varios años en los que participaba con stand propio en ferias, a lo largo de este año 2017 Interporc ha comenzado a acompañar a las empresas productoras de carne de cerdo y derivados. Así, un ejemplo fue la pasada edición de Expo Antad en México, tras la apertura de este mercado a los productos españoles, también

la reciente participación en las ferias celebradas en China como Sial o China FMA y eventos como el I Congreso de Carne de Cerdo de Capa Blanca de España celebrado en Taipei (Taiwán) junto a la Asociación de Industriales Cárnicos de este país.

Mantiene además la participación en ferias donde no hay mucha representación de empresas españolas pero sí que hay un mercado interesante, como puede ser Food & Hotel Vietnam, celebrada en este país asiático.

En muchas de estas acciones, al igual que en sus participaciones en ferias, tanto nacionales como internacionales, Interporc cuenta con cocineros reconocidos con una Estrella Michelin (Íñigo Urrechú, Kisko García, Iván Cerdeño o Javier Aranda). Contando con la colaboración de estos *chefs*, la interprofesional recogió sus recetas en un libro, *Cocina Internacional con Nuestra Estrella de Capa Blanca*, en el que se recogían recetas y preparaciones de distintos países en los que la carne de cerdo y sus productos eran la base principal.

**PRODUCTOS**  
Detergentes, desinfectantes, lubricantes y aditivos

**MÉTODOS**  
Innovadores y contrastados

**SERVICIOS**  
Asesoramiento, formación, auditorías...

**GAMA ENZIMÁTICA**  
Con nuestro método de detección y eliminación de BIOFILM

**ESPECIALISTAS EN INDUSTRIAS CÁRNICAS**

**RENTABILICE LA HIGIENE DE SUS INSTALACIONES GARANTIZANDO LA SEGURIDAD**

**HYPRED**  
Your High Performance

HYPRED IBÉRICA, S.L. | TEL 948 32 45 32 | [hyprediberica@hypred.com](mailto:hyprediberica@hypred.com) | [www.hypred.es](http://www.hypred.es)





En la imagen de la izquierda arriba, uno de los momentos de la reunión mantenida por responsables de Interovic con carniceros de establecimientos de la cadena de supermercados Coviran para presentarles los nuevos cortes de la carne de cordero. En la derecha, una muestra de lo que se puede obtener con ellos: bocadillo de pierna de cordero. Abajo a la izquierda, reunión mantenida por Interovic con representantes de la distribución para mostrar cómo está cambiando la percepción del consumidor respecto a esta carne.



Interporc también colabora con otras asociaciones. Una con las que mantiene relación es la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (Semergen) que ha ofrecido diversas conferencias ante médicos de familia para desmitificar aseveraciones falsas en torno a la carne de cerdo. Esta organización también ha presentado recientemente un documento, basado en las últimas evidencias científicas, para difundir entre el colectivo médico los beneficios que el consumo de carne tiene entre la población adulta en una dieta saludable, variada y equilibrada. El documento está disponible en la web [www.carneysalud.com](http://www.carneysalud.com).

*La labor de Interovic hasta ahora se ha centrado en cambiar la percepción que los consumidores tienen en torno a la carne de cordero presentando nuevos usos y cortes*

La interprofesional también ha organizado este año 2017 una nueva edición del Simposio Científico de la Carne de Cerdo bajo el lema *De la evidencia científica a la mesa*.

En el ámbito del I+D+i la labor de esta interprofesional ha comenzado a recoger sus primeros frutos este 2017 y un ejemplo ha sido la presentación de los resultados del proyecto *Listeria 0 en productos cárnicos* en el que colabora con Asici. Esta investigación, que se ha desarrollado a lo largo de los últimos años, ha sido financiada por las interprofesionales y busca reducir la presencia de esta bacteria en las industrias y productos cárnicos de cara a fomentar las exportaciones.

Toda esta actividad ha obtenido reconocimientos como el de la Asociación Europea de Economía y Competitividad (Aeddec) que le otorgó la Medalla Europea al Mérito al Trabajo. El premio lo recogió el presidente de Interporc, Manuel García, durante una gala celebrada en Madrid de manos de la presidenta de la asociación, Myriam de la Sierra y Urquijo. También ha obtenido reconocimientos fuera de nuestro país como el reconocimiento de la Exposición Internacional de la Alimentación, Carne y Productos Agropecuarios (China FMA), por su destacada labor durante el evento.

La última de sus acciones promocionales está siendo el *Pork Lovers Tour* consistente en un autobús que durante 2 meses recorrerá diversas ciudades tanto de España como de Reino Unido ofreciendo información a través de profesionales (nutricionistas, cortadores de jamón, chefs...) sobre la carne de cerdo y los productos cárnicos españoles.

## Interovic, centrada en cambiar la percepción sobre la carne de cordero

Esta interprofesional está afrontando fundamentalmente una actividad relacionada con el cambio en la percepción que los consumidores tienen en torno a la carne de ovino y caprino, buscando compatibilizar el consumo tradicional, ligado a festividades y celebraciones por parte de familias y grupos de amigos, con nuevos usos y cortes más adaptados a las necesidades de consumo actuales que facilitan su demanda de forma diaria y de forma individual.

Para ello ha llevado a cabo diversas campañas en televisión y también en otros medios de comunicación. Además durante los últimos meses ha continuado con visitas a carnicerías para ofrecer material promocional sobre la carne de cordero y también está llevando a cabo cursos para los profesionales que trabajan en las secciones de carnicería de las grandes superficies.

También ha contado con la colaboración del cocinero Karlos Arguiñano, que a través de su conocido programa de cocina ha promocionado los platos con los nuevos cortes de lechal y cordero. Preparó churrascuitos, tournedó, costillar y filete a la plancha, entre otras preparaciones.

Tradicionalmente, Interovic también participa en la Fiesta de la Trashumancia que recorre Madrid el último domingo de octubre y recuerda la importancia de esta práctica para el mantenimiento del sector ovino y del medio rural. Ha estado presente en eventos como la pasada edición del Salón Gourmet y también ha realizado estudios de mercado que aseguran que se van consolidando los nuevos usos para su consumo diario y la percepción de producto sano y sostenible. Los resultados de esta encuesta, realizada a 1.204 consumidores, con el fin de medir el impacto de la campaña, destacan que continúa la mejora de la imagen de esta carne.

Pero no solo piensa esta interprofesional en este tipo de campañas, sino que ha puesto en marcha un grupo



**MORALEJO**  
S E L E C C I Ó N

NUEVOS CORTES PREMIUM EN VACÍO SKIN



[www.moralejo.net](http://www.moralejo.net)





A la izquierda, Marino Medina, presidente de Provacuno, durante la presentación oficial a medios realizada a finales del pasado mes de mayo. A la derecha, imagen de la recepción de la Embajada de España en Roma (Italia) en la que Provacuno mostró las cualidades de la carne de vacuno española.

de trabajo con el que abordar las cuestiones de comercio exterior de ovino y caprino. En él participan tanto representantes de empresas que exportan este tipo de carne, como de asociaciones cárnicas y ganaderas. Oriente próximo es la zona donde se quieren desarrollar campaña de promoción de la carne española en los próximos años. Otros países de interés estratégico, en los que España tiene cerrado el comercio de carne de ovino se encuentran en Asia, por lo que desde Interovic se está trabajando con el objetivo de ir abriendo las exportaciones a los mismos.

Fruto de esta actividad, Interovic participó el pasado año en la edición de la *World Meat Industry Development Conference* que tuvo lugar en Pekín. También este año va a estar presente en Meat Attraction.

Por último, hay que señalar que está trabajando para la puesta en marcha de una campaña, que aún no ha sido presentada oficialmente, con la que quiere facilitar al consumidor distinguir la carne de cordero, lechal y cabrito que se produce en nuestro país frente a la que se importa. Para ello se ha diseñado un logotipo identificativo y se tiene previsto realizar acciones en los puntos de venta, tanto carnicerías como supermercados e hipermercados junto a publicidad en televisión.

*Provacuno está apostando fuerte en sus primeras acciones por conocer la situación del mercado español y por la internacionalización a través de la presencia en ferias*

### Primeros pasos de Provacuno

Hace prácticamente un año en las páginas de **eurocarne** entrevistamos al presidente de Provacuno, Marino Medina. Esta ha sido la interprofesional que más recientemente se ha constituido pero está comenzando a trabajar, tras llevar más de un año en marcha la extensión de norma, en aspectos interesantes para fomentar el sector. La interprofesional sigue analizando las conclusiones de un estudio de mercado elaborado por la firma Sigma 2 y en el que se han llevado a cabo más de 9.000 entrevistas para conocer los hábitos sobre el consumo de carne de vacuno en el mercado nacional. Según su director, Javier López, el estudio, que acaba de ser presentado, permitirá “saber un poco más del conocimiento y hábitos que el consumidor tiene sobre la carne de vacuno”.

Fue a finales del mayo cuando la interprofesional hizo una presentación a a medios y su presidente mostró el plan de fomento de exportaciones que se va a desarrollar de 2017 a 2021, con el objetivo de promocionar la carne de vacuno española fuera de nuestras fronteras. Según Medina, "buscamos posicionar nuestra carne en el exterior como un producto de máxima calidad, garantía, confianza y seguridad alimentaria, además de exhibir su gama de productos y derivados cárnicos, tanto en mercados consolidados como en países emergentes". Aprovechando, también se presentó al nuevo director de Internacionalización, José Ramón Godoy.

Un par de meses más tarde la interprofesional mantuvo un encuentro con la China Meat Association (CMA) encabezada por el vicepresidente de esta asociación Chen Wei, junto a su secretaria Hu Ying, aprovechando un viaje que realizaron a nuestro país. Entre



Anuncio televisivo de Intercun donde una abuela explica a un joven las grandes posibilidades para preparar platos con carne de conejo.

las acciones que ya ha realizado está la presencia junto a Interovic en la pasada edición de la CIMIE China en 2016, para dar a conocer el producto en el país asiático.

Y es que la interprofesional se ha marcado como objetivos fundamentales para su promoción países como China, Arabia Saudí o Vietnam junto a otros destinos europeos como Alemania, donde participará en la próxima edición de Anuga a comienzos del mes de octubre, Italia o Portugal.

En el caso de Italia la interprofesional acaba de realizar una presentación de la carne de vacuno española en la Embajada de España en Roma y también acaba de volver de China FMA. Al tiempo que participó en esta feria celebró un acto dirigido a importadores en la ciudad de Hong Kong que contó con una demostración culinaria del cocinero Javier Aranda.

### Intercun: buscando fórmulas para recuperar el consumo

Esta organización interprofesional también cuenta con una extensión de norma para procurarse fondos económicos de cara a la pro-

moción y a la realización de actividades. Pese a esto, hay que recordar que el sector cunícola español ha pasado por un momento de división y como ejemplo basta recordar las alegaciones presentadas por la Asociación de Mataderos de Conejos (Aeface) y la Asociación de Mataderos de Conejos de Cataluña (Assocat). Pese a esto, finalmente ha sido aprobada a finales del pasado mes de mayo su última extensión de norma y con lo recaudado se pretenden llevar a cabo nuevas acciones promocionales, así como el diseño de un sistema de información para que todo el sector tenga acceso a la información o al desarrollo de herramientas de vertebración sectorial.

Asimismo, se abordará de manera directa la mejora de la situación del sector cunícola potenciando la inversión en investigación, desarrollo e innovación.

Paralelo al diseño de la extensión de norma, Intercun ha modificado sus estatutos para mejorar los instrumentos internos a partir de las necesidades de todas las organizaciones que componen la interprofesional, quizás por las quejas antes referidas.

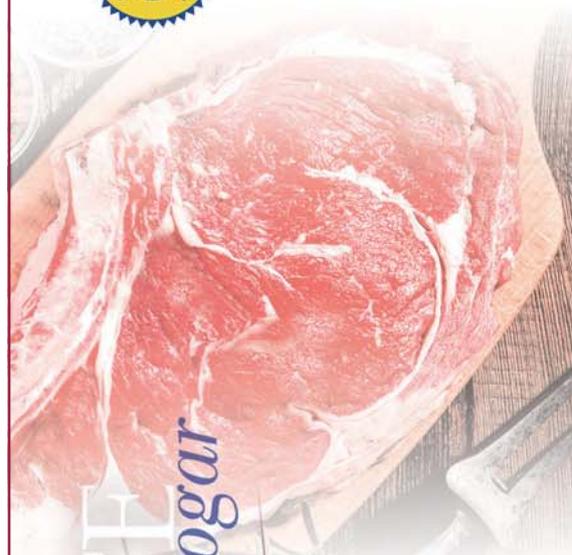
Intercun también ha puesto en marcha anuncios de televisión con



## La Auténtica Ternera de Aliste



CARNE DE LA MÁXIMA CALIDAD CERTIFICADA  
CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



En tu hogar

*Ternera de Aliste,  
tierna, jugosa, suave y  
plena de valores nutritivos.*



Asociación para la promoción  
de la Ternera de Aliste

C/ Barrio Nuevo, 9,

49510. Fonfría / Zamora. España

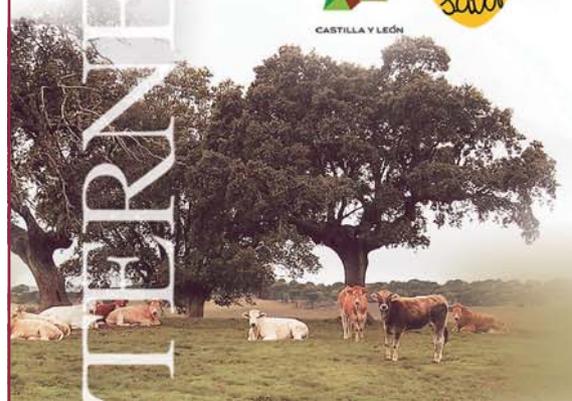
Tel. / Fax: +34 980 680 333

terneradealiste@terneradealiste.es

[www.terneradealiste.es](http://www.terneradealiste.es)



CASTILLA Y LEÓN





El actor argentino Ricardo Darín, que ha sido reconocido con el premio Donostia del Festival de Cine de San Sebastián y al que Asici quiso premiar también con un jamón ibérico.

los que ha querido mostrar las múltiples posibilidades de esta carne. Para ello se ha servido de distintas escenas en las que una abuela recomendaba diferentes preparaciones a su nieto.

Pese a todos estos esfuerzos lo cierto es que año tras año tanto la producción como el consumo de esta carne va reduciéndose en nuestro país, más que posiblemente por el cambio generacional y la falta de preparaciones rápidas y carnes sin hueso que muchas veces impiden que sea consumida por un mayor número de personas.

### Asicaza: a la espera de fondos europeos para poder hacer acciones promocionales

La Asociación Interprofesional de la Carne de Caza Silvestre (Asicaza) viene realizando acciones encaminadas a la mejor gestión del sector que representan. Así, recientemente se han reunido con la Dirección General de Salud de la Junta de Andalucía para tratar el futuro de la normativa sanitaria de la carne de caza en esta comunidad. Se espera que este mismo tipo de reunión se mantenga con otras autoridades de comunidades autónomas como la de Cataluña.

La interprofesional ha optado a varios planes de fondos europeos para lograr financiación de cara a poder poner en marcha acciones promocionales de calado. En la última de sus asambleas, se dieron a conocer las ayudas obtenidas para la creación del grupo operativo supraautonómico para combatir la tuberculosis, con el que se

pretende mejorar la gestión de esta enfermedad animal mediante la aplicación de soluciones innovadoras. Su participación en eventos, de momento, está centrada en aquellos que tienen relación con esta actividad como es el caso de la feria de la caza y pesca que se celebra en Ciudad Real.

### Asici, manteniendo el orden en el sector ibérico

La interprofesional del sector ibérico, Asici, ha mantenido en el último año lo que podríamos denominar un perfil bajo en cuanto a las actividades promocionales, aunque también las ha hecho. Frente a esto, buena parte de su actividad ha consistido en mantener el control sobre la información que recibe el consumidor respecto a estos productos.

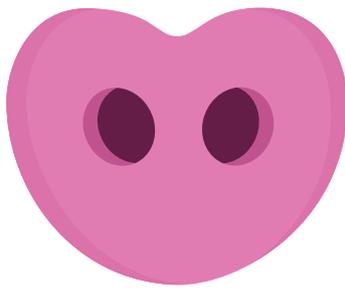
Así, mostró a sus miembros los resultados de diversas actuaciones llevadas a cabo para verificar el etiquetado de los productos ibéricos que se comercializan en el mercado español de acuerdo con la Norma de Calidad del Ibérico. En concreto se analizaron más de 3.000 productos de 123 establecimientos en 38 ciudades. La gran mayoría de los productos cumple con los establecido en lo referente a las denominaciones de venta y etiquetado.

En el ámbito del I+D+i, junto a Interporc, Asici ha patrocinado buena parte del proyecto *Listeria 0* en productos e instalaciones de industrias cárnicas, cuyos resultados se dieron a conocer el pasado verano y del que dimos cuenta en nuestras páginas. Este proyecto tiene especial relevancia, sobre todo de cara a la exportación de productos. Además, Asici también ha sido uno de los principales patrocinadores dentro del IX Congreso Mundial del Jamón Curado que tuvo lugar en Toledo el pasado mes de junio.

La interprofesional ha mantenido reuniones con organizaciones cercanas al mundo del ibérico. Una de ellas ha sido la Asociación de Cortadores Extremeños (Acoex) con el objetivo de mostrarles las labores que realiza la interprofesional para defender el ibérico.

Otro de los actos promocionales en los que ha participado ha sido el pasado Festival de San Sebastián, donde además de ofrecer diversas degustaciones, ha querido reconocer la trayectoria profesional del actor argentino Ricardo Darín, ganador del premio Donostia este año, con un jamón ibérico.

Finalmente, Asici va a estar presente en la próxima edición de Meat Attraction en una participación conjunta con diversas empresas del sector ibérico de Extremadura. **e**



# PORK LOVERS

Cerdo 100% europeo  
Lo amarás.



CALIDAD SALUD TRADICIÓN VERSATILIDAD  
TRADITION VERSATILITY HEALTH QUALITY

Barcelona Girona Lleida Zaragoza Teruel Castellón Valencia Alicante Murcia Edimburgo Leeds  
Sheffield Manchester Londres Almería Granada Córdoba Málaga Cádiz Sevilla Toledo  
Ciudad Real Albacete Segovia Burgos Bilbao Madrid

[www.porkloverstour.com](http://www.porkloverstour.com)

[www.interporc.com](http://www.interporc.com)



ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



CAMPAIGN FINANCED  
WITH AID FROM  
THE EUROPEAN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS  
CAMPAIGNS THAT PROMOTE RESPECT  
FOR THE ENVIRONMENT.



# El jamón curado obtiene su reconocimiento en los Premios Alimentos de España

La edición 2016 de los Premios Alimentos de España ha sido la primera que ha contado con el jamón curado entre los productos reconocidos por el Ministerio de Agricultura con este reconocimiento. En este artículo recogemos lo ocurrido durante la entrega de estos galardones.

**Jesús Cruz**  
eurocarne  
[jcruz@eurocarne.com](mailto:jcruz@eurocarne.com)



**E**n nuestro país nos encontramos con una rica tradición tanto gastronómica como alimentaria, con multitud de productos alimentarios que ha llevado a que seamos los máximos representantes de lo que se ha denominado como Dieta Mediterránea. Desde el Ministerio de Agricultura surgió hace ya casi 30 años una iniciativa para lograr preservar, enriquecer y, sobre todo, dar valor a este tipo de alimentos, así como a las empresas que los producen y han salvaguardado la tradición de hace siglos.

Surgieron así en 1987 los Premios Alimentos de España que, durante estas tres décadas, han ido incorpo-

rando poco a poco diferentes modalidades no ya solo de productos sino también en otras facetas importantes como la internacionalización de las empresas o la gastronomía, el gran escaparate de la alimentación española.

El pasado 3 de octubre se entregaron en el lucernario del Ministerio de Agricultura los reconocimientos correspondientes a XXIX edición de estos premios. En esta ocasión destacaron por haber incluido por primera vez al jamón curado, uno de los estandartes más claros de nuestro acervo gastronómico y un producto que articula buena parte de la industria cárnica española.

El proceso para que el jamón curado haya llegado a esta gala ha sido lento, ya que ha sido una solicitud por parte del sector desde hace tiempo y finalmente ha acabado viendo la luz en esta edición. Se han establecido dos categorías: una de ellas para el jamón serrano y otras figuras de calidad y otra para los de bellota 100% ibéricos.

Para lograr este premio, los perniles que se presentaron al concurso fueron sometidos a una evaluación tanto sensorial como de calidad por parte de investigadores del IRTA en Monells (Girona) y en el Servicio de Innovación de Productos de Origen Animal (SIPA) de la Universidad de Extremadura a finales del pasado año.

Durante dichas pruebas se analizaron aspectos referentes a la forma del jamón, su recortado y presencia, la grasa exterior, el aspecto del jamón una vez que ha comenzado a cortarse, veteado intenso y homogéneo, color del magro, etc. Sin duda multitud de factores que deben ser tenidos en cuenta a la hora de seleccionar una pieza merecedora de este galardón.



Jacinto Arnau, investigador del IRTA, durante las pruebas de valoración para determinar el Premio Alimentos de España en Jamón Curado realizadas en Monells (Girona).

Finalmente, se dieron a conocer el nombre de las dos empresas ganadoras que acudieron a la entrega celebrada en la sede del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

# La solución del proceso en sus manos

Líderes en España en el sector del jamón curado. Distribuidores de las mejores marcas.



**VERINOX**

**PND**  
FRUIT PROCESSING MACHINERY

**NIEROS**<sup>®</sup>

**STEEN**<sup>®</sup>  
ANNO 1960

**TEBAU**

**Tecnical**

**VHENKOVAC**  
QUALITY VACUUM SYSTEMS

**HAMMOULD**<sup>®</sup>

**fac**  
TECNOLOGIA ALIMENTARIA

Industries Fac, s.l. • Ctra. de Sils C-63, Km.23  
17430 Santa Coloma de Farners (Girona)  
Tel.: +34 972 84 20 65

email: fac@industriasfac.com • web: www.industriasfac.com



Arriba, Nicolás González, director general de Nico Jamones, recogiendo el galardón al Mejor Jamón Serrano. Abajo Juan Carlos Balmaseda de Silveira, presidente de Dehesas Reunidas, firma premiada por el Mejor Jamón de Bellota Ibérico. Recogieron el premio de manos de la ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina.

En la modalidad modalidad *Jamón Serrano u otras Figuras de Calidad Reconocidas*, Nico Jamones de Ciudad Real ha recibido el reconocimiento por su Jamón Serrano Añejo de Hembra. Se trata de una empresa familiar al frente de la cual está su segunda generación, encabezada por Nicolás González, su director general, que recogió el galardón de manos de la ministra Isabel García Tejerina y el secretario general de Agricultura, Carlos Cabanas.

La firma ciudadrealeña cura jamones tanto serranos como ibéricos y tiene más de 50 años de trayectoria. En palabras de Nicolás González, este reconocimiento "es un acicate para seguir trabajando y hacer las cosas bien para conseguir la máxima calidad para el jamón de siempre".

La compañía exporta tanto al conjunto de la Unión Europea como a toda Hispanoamérica y buena parte de los países asiáticos (Japón, Corea del Sur, Taiwán y Vietnam, entre otros). El director general adelanta



Francisco Iglesias, de Industrias Gastronómica Blanca Mencía, Cascajares, recogiendo el galardón Premio Alimentos de España a la Internacionalización.

que están buscando cumplir con los trámites para lograr la homologación de cara a poder exportar al mercado chino. Además también exportan ya al mercado de Estados Unidos.

En la categoría de *Bellota Ibérico* el galardón correspondió en esta ocasión a la firma cordobesa Dehesas Reunidas, de Bélmez, por su Jamón de Bellota 100% Ibérico que se comercializa bajo la marca Encinares del Sur y cuenta con el reconocimiento de la D.O.P. Los Pedroches. El galardón fue recogido por el presidente de la compañía, Juan Carlos Balmaseda de Silveira, quien se mostró encantado por el reconocimiento obtenido, sobre todo teniendo en cuenta el poco tiempo que tiene la empresa de actividad, apenas 12 años en los que ya ha logrado afianzarse en el mercado de los productos ibéricos.

Dehesas Reunidas se abastece de ganaderos con cerdos ibéricos en las dehesas de Córdoba, Ciudad Real y Badajoz. Al año sacrifica cerca de 6.000 animales y las piezas son elaboradas en sus propias instalaciones. Posee dos líneas de producto: Encinares del Sur, destinada a los elaborados del cerdo 100% ibérico alimentado con bellotas y Solera Ibérica para los perniles provenientes de cebo de campo.

La firma ha sido pionera en la apuesta por la aplicación del I+D+i con la utilización de la tecnología NIR, que le ha permitido determinar el perfil de ácidos grasos, con lo que puede conocer mejor la materia prima obtenida y así lograr clasificar las piezas para tener un mejor control del procesado y curado que se realiza en sus secaderos.

## La industria alimentaria como promotora de la Marca España

Tras los premiados llegó el turno de intervención de la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina, quien destacó la positiva evolución de las exportaciones españolas, así como también el incremento del número de productos con calidad diferenciada en España, que ha pasado de contar con 43 figuras en 1987 a las actuales 345. Ante esto, según García Tejerina “esta calidad se traslada a la forma de elaborar los alimentos, que ha hecho de nuestra gastronomía una referencia en todo el mundo. Además, cerca de nueve millones y medio de turistas, de los 75,3 millones que llegaron a España en 2016, lo hicieron por motivos gastronómicos”. Todo esto lleva a que buena parte de la Marca España esté fundamentada en la gastronomía y los productos alimentarios que en nuestro país se elaboran.

En su opinión, el éxito de nuestros productos agroalimentarios en todo el mundo es el resultado de un

gran trabajo de agricultores, ganaderos, pescadores, elaboradores, distribuidores y restauradores. Todo ello, ha añadido, con el apoyo del Ministerio de Agricultura que, en los últimos cinco años “ha impulsado un gran número de iniciativas que aseguren la excelencia en la calidad de los alimentos”, aseguró la ministra.

García Tejerina adelantó que el Gobierno trabaja en una nueva estrategia de *Alimentos de España*, que tenga en cuenta la relación que existe entre la alimentación y otros muchos sectores. Se trata de canalizar las sinergias con sectores como la gastronomía, el turismo, la cultura, el deporte, la educación, el medio ambiente y la salud.

Finalmente debemos indicar que entre el resto de los premiados cabe destacar el Premio Alimentos de España a la Internacionalización que recayó en Industrias Gastronómicas Blanca Mencía, Cascajares, debido a que no solo exporta producto sino que tiene instalaciones fuera de España lo que le ha permitido adaptarse a los gustos de los consumidores extranjeros. **e**

## PRODUCTIVIDAD - FIABILIDAD - RENTABILIDAD

DESHUESADORA DE PALETAS



DESHUESADORA DE JAMONES



DESCORTEZADORA DE JAMONES



GUBIADORA NEUMÁTICA MANUAL



GUILLOTINA PARA CONGELADOS



¡NO DESGARRA, CORTA!



CRUELLS talleres SL Pere Llosas 4  
E-17800 OLOT (Girona) SPAIN  
Tel. +34 972 260 531 • Fax +34 972 266 154  
e-mail: cruells@cruells.net

www.cruells.net

# El mercado de la carne fresca en Italia

En las siguientes páginas recogemos un extracto del informe sobre el mercado de la carne fresca en Italia elaborado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán, en el que se analiza la situación actual del sector tanto en la producción como el consumo, las principales tendencias y, por último, las oportunidades y amenazas para quienes quieran adentrarse en ese mercado.

**eurocarne**

*redaccion@eurocarne.com*



**E**ste estudio, elaborado por Ana Fraga González en la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán, analiza el sector de la carne fresca en Italia hasta el año 2016. Las recientes dinámicas de los mercados globales, los cambios en los hábitos y patrones de consumo y una cada vez menos halagüeña imagen de la carne han contribuido al estancamiento del sector en Italia. Sin embargo, no todas las carnes registran el mismo comportamiento.

Italia produce anualmente casi 4 millones de toneladas de carne fresca, por un valor aproximado de 11.000 millones de euros (ver **tabla 1**). En general, se trata de un sector de concentración media, caracterizado por un saldo comercial negativo estructural, importando más carne de la que exporta a otros países. El 41 % de esta producción total de carne fresca, en cantidad, correspondería a la carne porcina, que se traduce en un 40 % del valor total de dicha produc-

ción. La carne vacuna se llevaría el 22 % de la misma, un 33 % del valor. Las cantidades producidas a nivel nacional de carne ovina/caprina y equina suponen una importancia marginal dentro de la producción italiana.

### Comercio exterior

En cuanto al comercio exterior, Italia es el quinto país de la Unión Europea por cuota de importación de carne fresca, sólo superado por Alemania, Reino Unido, Francia y Holanda, asumiendo el 2,53 % del total de las importaciones mundiales de carne fresca. El país exporta, tanto en valor como en cantidad, aproximadamente, tan sólo una sexta parte de lo que importa del exterior. Durante 2016, Italia importó 1.318.462 toneladas de carne fresca, valoradas en 3.265 millones de euros, y exportó 232.335 toneladas por valor de 698 millones de euros.

Italia importa carne fresca, principalmente carnes derivadas del ganado vacuno y porcino. En 2016, las importaciones alcanzaron los 3.265 millones de euros, correspondientes a 1,3 millones de toneladas de carne fresca. El 70 % del volumen de éstas procedían de carne porcina, por valor de 1.508 millones de euros, y un 25 %, de carne de vacuno (1.527 millones de euros).

En cuanto al origen de las importaciones, la mayoría de las compras italianas –un 22,10 % en valor– vienen de Alemania, seguida de Países Bajos y Francia. España quedaría de este modo en un quinto lugar, con el 9,89 % de la cuota de compras italianas de carne fresca en todo el mundo, cuota que corresponde a 323 millones de euros (ver **figura 1**).

**Tabla 1. Producción total de carne fresca en Italia en 2016**

	Miles de t	Millones de euros
Carne de vacuno	809,55	3.730,54
Carne de porcino	1.544,13	4.466,78
Carne de ovino	32,92	134,74
Carne de ave	1.363,94	2.938,27
Carne de equino	11,74	29,62
<b>Total</b>	<b>3.762,38</b>	<b>11.299,98</b>

Fuente: ICEX a partir de datos de ISTAT.

La mayor parte de las compras de carne fresca a España por parte de Italia corresponden a carne porcina. En total, en 2016 Italia compró a España 154.000 toneladas de carne, por valor de 323 millones de euros. En general, las compras a España se han reducido del año 2015 al 2016 en valor, debido fundamentalmente a los menores precios de la carne de ave y de ovino, y a la reducción de la partida de carne bovina en un 12 % de su volumen. España supone el 9,89 % del valor de las importaciones italianas de carne fresca.

Por su parte, España compró a Italia el 6,11 % de las exportaciones italianas de carne fresca durante el mismo año, correspondientes a más de 11.000 toneladas, por valor de 42.688 miles de euros. Analizando el período comprendido entre 2015 y 2016, se observa un fuerte aumento de la cantidad exportada a España, que sin embargo se ha traducido en un menor valor de dicha exportación con respecto al año precedente.



termoformado  
**termopak**

Food packaging solutions

**Films barrera  
Flexibles y rígidos**

Una solución global  
para el envasado  
de alimentos

Industria cárnica  
Embutidos  
Saldas de despiece  
Lácteos / Quesos  
Pescado  
Pizza  
Pasta  
Legumbres  
Loncheados



Film flexible



Film semirígido



Flowpack films  
Top lid films

**HAFLIGER**  
TERMOFORMADO TERMOPACK PARTNER

**lietpak**

BRC / ISO9001 / ISO14001

Pol. Ind. Casa Nova II C/ Garrotxa, 7 17181 AIGUAVIVA GIRONA SPAIN  
T. 00 34 972 394 396 F. 00 34 972 394 393

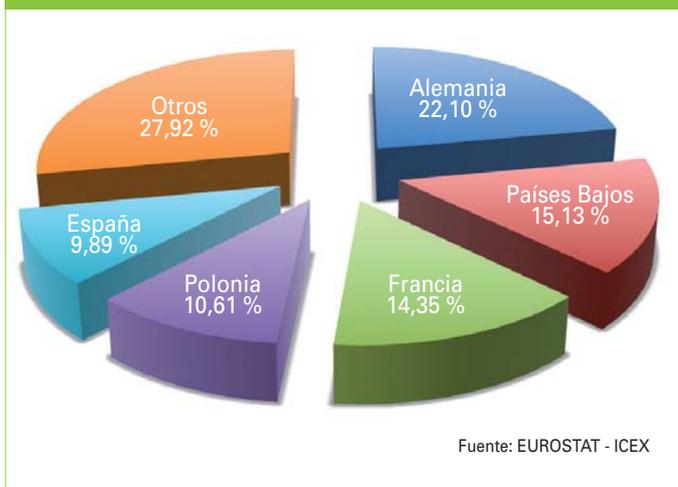
[www.termoformadotermopak.com](http://www.termoformadotermopak.com)

**Tabla 2. Importaciones de Italia de carne fresca (2016)**

	Miles de t	Millones de €
Carne de vacuno	336.460	1.527,22
Carne de porcino	909.004	1.508,24
Carne de ovino	21.097	88,1
Carne de ave	26.387	62,8
Carne de equino	25.533	79,1
<b>Total</b>	<b>1.318.462</b>	<b>3.265,52</b>

Fuente: EUROSTACOM - ICEX

**Figura 1. Porcentaje de importaciones de carne fresca de Italia por países según valor**



Las disminuciones en el valor de las partidas apuntan al factor precio como principal causa, fundamentalmente en el caso de la partida avícola, y seguida de cerca por la porcina y vacuna.

### La demanda

Italia consumió, en 2016, 4,7 millones de toneladas de carne fresca por valor de 12.500 millones de euros, principalmente de origen porcino y avícola. Esta cifra, un 2,24 % inferior al dato de 2013 en volumen, denota una leve reducción generalizada en el consumo de la partida cárnica, liderada por la carne vacuna y la avícola, y compensada por la carne porcina.

Atendiendo a las partidas de carne por tipología, se observa una mayor reducción de consumo en los últi-

mos años para la carne vacuna, un 14 % inferior a la cifra de 2013, seguida de la carne equina. La única carne que habría aumentado su consumo sería la de ave, con un incremento del 8,53 % en cantidad desde ese mismo año hasta 2016, y un aumento en valor del 11,10 %.

En concreto, según datos de ISTAT (Instituto Nacional de Estadística Italiano), las familias italianas destinaron en 2016 448 euros mensuales a la partida alimentaria de la cesta de la compra. Dentro de ésta, la carne, en sentido amplio, absorbería hasta 93,53 euros, cifra que se ha visto ligeramente reducida desde el año 2015 en un 4,8 %. Esta reducción responde a los cambios en los hábitos alimentarios del consumidor italiano, que está sustituyendo parte de la carne por pescado (+9,5 %), frutas y verduras (+3,1 %).

Además, el italiano promedio consume unos 75 kg anuales de carne, de los que 33 kg corresponden a carne de porcino, 21 kg a carne de vacuno, 19 kg a carne de ave y casi 2 kg a carne de ovino.

Por otro lado, y en relación al canal de venta, los pequeños comercios tradicionales recogen el 42,8 % de las compras en volumen, la gran distribución representa otro 40 % del total del mercado por volumen (y el 46,7 % en valor) y el *catering* supone un 12 % del volumen del mercado.

En lo que hace referencia al consumo, las familias italianas consumen, en su mayoría, carne fresca de ave y de vacuno, seguida por las carnes frescas de origen porcino. Cabe destacar también el aumento en la compra de cortes más económicos y más fáciles de preparar (ver **figura 2**).

### Carne de vacuno

Dentro de la clasificación por origen animal, se trata de la carne más penalizada, en términos de consumo y rentabilidad, como consecuencia de la evolución tanto de los precios como de los estilos de vida.

Los consumidores prefieren cada vez más los productos elaborados y con alto contenido de servicio, con especial atención al origen de la carne. El precio se revela de esta manera como un factor muy determinante, si bien los consumidores italianos no aceptan una rebaja en la calidad del producto.

Uno de las principales fortalezas de la carne vacuna es el alto nivel de penetración alcanzado a día de hoy dentro de los hogares italianos, contando con un legado íntimamente vinculado a la tradición gastronómica italiana. Además, la carne de origen italiano cuenta con una gran imagen, reconocida y apreciada tanto dentro

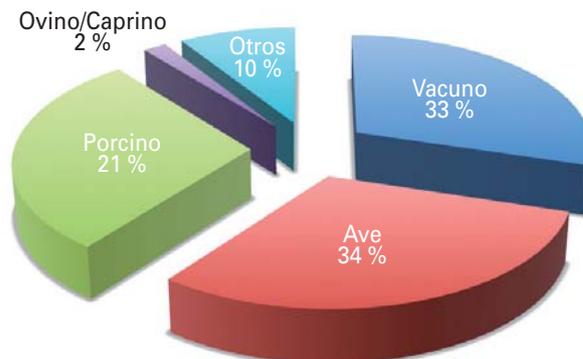
como fuera del país, lo que supone una barrera a la entrada de otros agentes extranjeros. En contraposición, la imagen de la carne roja no es demasiado favorable, puesto que se percibe como un producto poco adaptado a una dieta saludable, lo cual dificulta la adaptación de la oferta a los actuales cambios en los hábitos de consumo.

Las actuales tendencias en los consumidores sugieren un enfoque centrado en el desarrollo de productos elaborados, y recomiendan apostar por estrategias de comunicación apoyadas por herramientas de promoción de venta.

### Carne de porcino

El descenso de los precios y la competencia de otros sectores ha frenado el negocio de la carne de porcino, como consecuencia de la volatilidad de los costes de producción. Esta categoría se caracteriza, al igual que la carne de vacuno, por una alta penetración en los hogares como consecuencia de su gran tradición gastronómica en la cocina italiana. En este sentido, el camino designado en esta categoría para los próximos años está marcado por una necesidad de innovación de la oferta, lo cual no está exento de retos. El principal problema es que no está en absoluto asociada a la idea de producto ligero y saludable, yendo en este sentido muy por detrás de la carne de ave y de vacuno. Lo cierto

Figura 2. Porcentaje de consumo de carne fresca en Italia (2016)



Fuente: ISNEA - Panel Nielsen de familias.

es que de un tiempo a esta parte, los productores han intentado desterrar esta idea de la mente de los consumidores, aumentando considerablemente la calidad nutricional del producto, sin que haya llegado a calar del todo en el imaginario colectivo. De este modo, la innovación viene de la mano de productos como carnes porcinas con un alto contenido en Omega 3, por mencionar un ejemplo.

**FRÍO**

Líderes en vehículos de **TEMPERATURA CONTROLADA**

**Renting de vehículos industriales**

902 404 903  
www.fraikin.es

902 404 903  
www.fraikin.es

902 404 903  
www.fraikin.es

Twitter Facebook LinkedIn Email



Comprometidos con tu futuro

902 404 903 • www.fraikin.es



Carne de vacuno de raza Fassona.

## Carne de ave

El consumidor italiano escoge cada vez más carnes blancas como la de pollo o pavo. El principal factor de decisión suele ser la calidad nutricional, así como la asociación de este tipo de carne con un tipo de dieta más sana y ligera. A estos factores se suman los precios competitivos con respecto a otros tipos de carne.

Las novedades actuales en la comercialización de este tipo de carne se centran, sobre todo, en productos semielaborados, como son, por ejemplo, los rollos de carne de pollo con queso y jamón, hamburguesas listas para freír y otro tipo de empanados. Estos productos dan fe de la estabilización de un mercado que busca nuevos productos más sencillos y cómodos para un consumidor cada vez más preocupado por la salud y la variedad de su dieta.

Así, la carne de ave se revela como un segmento menos afectado por las dificultades del sector cárnico en general, como consecuencia de una mejor percepción por parte del consumidor. Esta se ve beneficiada por las opiniones de expertos de la salud, que aconsejan el consumo de carne de ave dentro de una dieta equilibrada y saludable. Por otra parte, el par calidad-precio con respecto a la carne roja afianza estas fuerzas. Además, la creciente demanda de productos preparados no empanados hace pensar en un abanico de posibilidades en este sector que permitan diferenciar el producto. La carne de pollo, además, es especialmente popular (y aún continúa su crecimiento) entre los con-

sumidores jóvenes por debajo de los 34 años, así como entre las mujeres.

No obstante, también ha de señalarse que Italia es un mercado ya satisfecho por la demanda nacional. Además, el factor 100 % italiano es de suma importancia, más aún dentro del sector agroalimentario, si bien para este tipo de carne existe una mayor desinformación acerca de la proveniencia real de la materia prima. Además, la volatilidad de los costes de producción repercute negativamente en los márgenes.

Si bien se ha señalado la plena capacidad de la producción nacional para satisfacer el mercado, podría señalarse como oportunidad

la diferenciación a través de nuevos productos con un mayor servicio incluido, como lo son las hamburguesas, los filetes aromatizados, preparados con ingredientes, así como los cortes ya cocinados, preparados para incluir en ensaladas, y otros.

## Preferencias de consumo

Los hábitos alimentarios italianos se basan en la dieta mediterránea, que comprende un consumo equilibrado de hortalizas, cereales y otros productos vegetales, junto con otros alimentos de origen animal, generalmente poco procesados, incluyendo la carne y el pescado.

El consumidor italiano medio consume anualmente 75 kg de carne, de los que el 90 % es carne fresca. Sólo en 2015, el mercado de la carne en Italia facturó más de 19.000 millones de euros, según datos de ISMEA.

Los cambios en los hábitos del consumidor durante los últimos años han redistribuido tanto la cesta de la compra como el propio consumo de carne, favoreciendo las carnes de pollo y pavo frente a otras carnes rojas, y sustituyendo parte del consumo cárnico por otros productos proteicos como el pescado.

Estos cambios en la dieta del consumidor italiano y en el consumo de carne ofrecen una imagen cómo está cambiando la sociedad italiana. Lo cierto es que estos cambios evidencian un aumento en las desigualdades sociales, como consecuencia de las últimas crisis, más allá de un cambio en los valores de las familias.

En la actualidad, el consumidor italiano considera nuevos factores a la hora de seleccionar unos alimentos u otros:

- **Búsqueda del placer:** le gustan los productos *gourmet* y, en general, busca la calidad. Además, aprovecha herramientas promocionales como la *happy hour*, todo con el objetivo de obtener el mejor de los servicios optimizando su coste y su tiempo. En concreto, Italia es un mercado muy interesante de productos *premium*.

- **Ahorro de tiempo:** el nuevo consumidor busca soluciones cómodas que acorten los tiempos de preparación y espera, favoreciendo la adquisición de productos como preparados cárnicos elaborados, semielaborados, platos precocinados y otros preparados congelados.

- **Bienestar y salud:** algunas de las tendencias favorecen el consumo de verduras y pescados sobre la carne, o bien anteponen el consumo de carne de ave, magras, frente a carnes rojas o porcinas. El consumidor

se preocupa por muchos y diversos aspectos nutricionales. Además del bajo contenido en grasa y azúcares, también se buscan los productos *gluten free*, así como libres de aditivos tan controvertidos como el aceite de palma. Destacan los productos con certificación biológica.

En conclusión, el consumidor ya no espera un producto cárnico indiferenciado, sino todos aquellos productos con servicios añadidos que le permitan satisfacer, si no todas, varias de estas nuevas necesidades y deseos.

Además, el canal *on line* cobra importancia en el proceso de compra del consumidor incluso antes de que se produzca la decisión de compra. De este modo, el consumidor utiliza los medios *on line* para informarse antes y después de la compra, sobre los productos y sus diferentes propiedades organolépticas, sobre las mismas marcas, como punto de venta, y también como punto de referencia post venta.

**Tecnotrip**  
VACUUM PACK TECHNOLOGY

Las soluciones más rentables en **envasado al vacío y procesamiento** para la industria alimentaria



Envasadora al vacío doble campana con descarga automática  
**Mod. EVD-A-20**



Cortadoras de chuletas



Bombos al vacío para masaje y salazón



Termoselladoras semi-automáticas



Envasadora al vacío de campana. Cámara simple



Envasadoras al vacío de sobremesa



Las carnicerías (*macelleria*) tienen aún una importante cuota de mercado en la distribución de carne en Italia.

## Perspectivas del sector

El contexto que se presenta para el sector cárnico en Italia no está exento de retos ni de riesgos. Las recientes crisis, la disminución del consumo general de carne, el efecto sustitución entre las diferentes tipologías cárnicas y las nuevas tendencias dietéticas configuran todo un nuevo panorama para las empresas productoras de carne fresca.

Según datos de IRI, aún a día de hoy sólo una familia de cada cuatro puede ahorrar, lo que deja patente la presencia aún de un contexto económico poco halagüeño, y que castiga especialmente esta partida alimentaria. Además, las dietas *veggie* consiguen cada día más adeptos. Según Eurispes, en su estudio *Rapporto Italia 2017*, el 7,6 % de la población italiana sigue una dieta vegetariana o vegana. Según datos de Nielsen, el 21 % de los italianos desearían encontrar en los lineales del supermercado proteínas vegetales alternativas a la carne. No obstante, el número de personas que vuelven a comer carne también aumenta, y no todas las carnes son percibidas igual por el consumidor, en términos nutricionales y de salud.

Echando un vistazo al comportamiento más reciente del sector, las ventas de carne del mes de enero de 2017, confrontadas con las registradas el mismo mes del año anterior, han arrojado un resultado positivo.

La innovación tiene, sin duda, un papel protagonista, ampliando una gama de productos que añade ingredientes, ofrece un mismo producto en base a diferentes tipos de carnes, versiones sin gluten, nuevos formatos de *packaging* y productos bio. La comodidad y los for-

matos reducidos forman parte de las exigencias de un nuevo consumidor que, por otra parte, permanece fiel a los productos que satisfacen sus expectativas. Merecen especial atención aspectos como el precio, cada vez más importante para el consumidor. El debilitado consumo de carne en general necesita propuestas innovadoras que rejuvenezcan el producto y reactiven el mercado, devolviéndolo a una etapa más temprana del ciclo de vida de los productos cárnico.

Los productos preparados, de este modo, se presentan como una propuesta más adaptada a las necesidades, deseos y situaciones de compra del consumidor, destacando como tendencia y oportunidad de interés en el mercado

italiano de la carne.

## Tendencias de los principales grupos de carne

### Carne de vacuno

Si bien el mercado parece que comienza a recuperarse levemente, no es así para todas las categorías cárnicas por igual. En general, el comportamiento de la carne bovina en 2016 refleja un mejor resultado gracias a la partida de elaborados. Además, si bien este segmento ha crecido un 12 % en valor en 2016, las ventas de la carne fresca presentan aún una disminución del 3,8 %. De este modo, la demanda favorece los productos elaborados, que registran un crecimiento en productos concretos, como las hamburguesas y loncheados. Mientras tanto, los operadores invierten en la trazabilidad de la cadena productiva y en la selección de la materia prima, satisfaciendo de este modo las exigencias expresas de los consumidores, dispuestos a pagar un poco más para asegurarse la compra de un producto de mayor calidad, en términos de seguridad alimentaria y de producto.

Una de las tendencias que mejores oportunidades suponen para el sector es el desarrollo de las hamburguesas *gourmet*. En general, el mercado italiano se caracteriza por una mayor sensibilidad y preferencia por los productos de alta gama. Aunque cada vez el consumidor es más consciente del precio, no hace a un lado este tipo de productos, y sigue teniendo muy en cuenta aspectos como la calidad, tanto del producto final como de la materia prima.

### Carne de porcino

La búsqueda de una alimentación cada vez más saludable y una cada vez mayor competencia dificultan la recuperación de las ventas. Al igual que en el resto de categorías cárnicas, se exige un mayor contenido de servicio y la innovación es condición necesaria para seguir sobreviviendo en los lineales. Los elaborados se resienten menos dentro de esta tipología, cuyos precios a la baja reducen aún más los márgenes, sobre todo para las gamas más bajas.

El principal reto de esta categoría radica en salvar su imagen alejada de los cánones y tendencias más saludables. El futuro de esta categoría pasa necesariamente por la innovación desde el punto de vista del producto, aumentando las propiedades nutricionales positivas y reduciendo las características menos apreciadas, como el contenido en grasas o sal, amén de la adaptación a los nuevos formatos de consumo.

No obstante, una de las principales fortalezas de esta categoría reside en el sabor y la tradición gastronómica ligada a este tipo de carne, que goza aún de un alto nivel de penetración en las familias italianas. Además, la categoría presenta unas mejores perspectivas dentro de los productos de gama alta.

En conclusión, el mercado italiano aún pueden acoger una oferta de productos porcinos elaborados y/o preparados para cocinar, adaptados a las nuevas situaciones y con un contenido nutricional aumentado y mejorado.

### Carne de ave

Como se ha comentado previamente, se trata de la partida cárnica más favorecida por las nuevas tendencias, manteniendo un moderado ritmo de crecimiento. El principal factor que explica esta evolución de las ventas se identifica con la creciente preocupación por la transparencia de la cadena de producción, con es-

## La fortaleza de un gran grupo a su servicio

- Contamos con más de 40 años de experiencia
- Garantizamos a nuestros clientes la puntualidad y el cuidado de la carga.
- Somos especialistas en transporte frigorífico
- Llevamos su carga a todo el territorio europeo.
- Trabajamos de forma global todo el proceso con un servicio integral de logística que abarca desde el transporte al almacenaje.



Carga Nacional e Internacional ■ Especialistas en Frío ■ Logística  
 Importación y Exportación ■ Servicios Aduaneros ■ Servicios de Transbordo



[www.grupollacerynavarro.com](http://www.grupollacerynavarro.com)

Tel.: +34 962 826 500 – [info@grupollacerynavarro.com](mailto:info@grupollacerynavarro.com)





pecial énfasis en los relativo al bienestar animal de las explotaciones. Particularmente las de tipo intensivo no gozan de una buena imagen ante la opinión de los consumidores. A veces, el problema reside incluso en que la información que llega al consumidor no siempre es precisa o incluso cierta. Esto hace suponer la necesidad de un esfuerzo, no sólo para mejorar el proceso productivo, sino en mejorar la comunicación entre la cadena productiva y el consumidor final. También resulta de especial relevancia el apoyo por parte de los organismos e instituciones pertinentes, además de las distintas homologaciones y certificaciones de garantía.

Además, la segmentación horizontal cobra especial interés, a través de diversas alternativas de productos bio, *gluten free* u otras propuestas *premium*.

## Oportunidades

A nivel general, existen importantes oportunidades para adentrarse en el sector de la carne fresca en Italia y aprovechar diferentes oportunidades en el futuro tales como: la creciente cifra del consumo y la venta de productos cárnicos elaborados y cortes especiales, la ampliación del producto a través de los servicios, crecimiento en nichos de especialidades (biológicos, saludables, bajos en grasa, sin conservantes, libres de modificaciones genéticas) y, por último, las políticas de bienestar animal, gestión de residuos y vertidos, medidas de higiene y seguridad, amén de impacto negativo en la gestión económico-financiera, que pueden debilitar la situación estratégica de algunos operadores ya instalados en el mercado.

Además, también hay oportunidades específicas para cada categoría.

En el caso de la carne de vacuno se centran en la dependencia del exterior para el aprovisionamiento de terneros jóvenes, la elevada fragmentación del sector y de la estructura de mataderos, el escaso nivel organizativo en la concentración de la oferta, la escasa diferenciación en función de la calidad y el origen de parte de la gran distribución, la posibilidad de desarrollo de productos deshuesados y envasados al vacío y, por último, la posibilidad de desarrollo de la integración vertical entre la industria de mataderos y elaborados cárnicos y las ganaderías.

En el caso de la carne de porcino, las oportunidades para llevar a cabo mejoras parten de la elevada fragmentación de la estructura productiva en el área Centro-Sur y de la industria en mataderos, la escasa integración entre los agentes de la cadena productiva, el sistema productivo focalizado exclusivamente sobre los cerdos de gran tamaño dejando espacio para el comercio de cerdos menores y la dependencia exterior para el aprovisionamiento tanto de reses vivas como de carne.

Con respecto a la carne de ovino y caprino, las oportunidades pasan por la gran fragmentación de las ganaderías, el escaso atractivo actual del sector a la inversión y la innovación, una posible desestacionalización del consumo a través de las políticas de comunicación, el fuerte impacto de las normativas sanitarias y de seguridad con impacto negativo en los costes de producción ya instalados y la escasa eficiencia del sistema cooperativo.

En lo referente a la carne de ave, las oportunidades pasan por la elevada probabilidad de desarrollo de epidemias en ganaderías de alta intensidad, muy concentradas en el sistema de producción italiano; el nivel considerable del coste de alimentación para los productos de alta calidad, que inciden negativamente en la rentabilidad; la falta de fondos para la adaptación del tejido empresarial a las nuevas normativas de bienestar animal y, por último, la difusión de un modelo de consumo que favorece las carnes blancas por motivos de salud.

## Amenazas

Por otro lado, existe toda una serie de amenazas que ponen en riesgo el atractivo de una posible entrada al sector, como son la especialización del ganado y las ex-

# Bolfresh®

## Films For Food

plotaciones en algunos territorios del país, la fuerte especialización en la producción, la volatilidad de los precios de la carne y de materias primas como los piensos y otros alimentos, la existencia de una gran tradición de productos italianos ligados al territorio, la orientación de la dieta hacia el consumo de proteínas vegetales, la orientación de la dieta hacia posturas ambientalistas y animalistas, el apoyo a la diversificación de la rentabilidad de las ganaderías italiana a través de los fondos del Plan de Desarrollo Rural y, por último, el crecimiento de las importaciones cárnicas procedentes de China.

En lo referente a la carne de vacuno, la amenaza para entrar en el mercado se centra en la concentración territorial del sector, la elevada calidad de la materia prima, la integración vertical de mataderos y la industria de elaborados, el desarrollo del sector en torno a las razas vacunas italianas, la diversificación de la rentabilidad de las ganaderías, la reducción de los márgenes y escasa rentabilidad del negocio, la creciente alarma acerca de las consecuencias nocivas del consumo de carne roja tras el informe de la OMS, y la competitividad de los precios de carne de ave y de porcino, así como de otros productos sustitutos.

En cuanto a la carne de porcino, quien desee adentrarse en el mercado italiano de esta categoría ha de tener en cuenta la elevada concentración territorial de los diversos agentes del sector, la fuerte especialización de algunas ramas productivas, junto con lazos comerciales consolidados, el papel estratégico de la ganadería para la integración hacia arriba y hacia abajo, la presencia de grandes grupos industriales, el modesto nivel de integración con las empresas de transformados cárnicos, el gran reconocimiento de los productos elaborados a partir de carne italiana y los cambios sociodemográficos con impacto negativo sobre el consumo.

En cuanto a la carne de ovino y caprino, destaca la fuerte relevancia social y ambiental de la actividad de ganaderías en áreas marginales y desfavorecidas, que penalizan las carnes extranjeras, el papel estratégico de la explotación debido a las sinergias con otras industrias transformadoras lácteas, el nivel de *know-how* específico, la presencia arraigada de productos típicos territoriales y la fuerte competitividad en el precio de la carne.

Finalmente, con respecto a la carne de ave, las principales amenazas son la eficiencia económica de las explotaciones avícolas italianas, los sistemas modernos de producción, el elevado grado de integración vertical entre los diferentes tipos de explotaciones, la presencia de algunos grandes grupos industriales y, por último, la dificultad de una política de marca de diferenciación en los productos frescos. **e**



- Films termo-retráctiles de envasado
- Barrera, antivaho, estirable y retractil
- Termosellado y flowpack

# 150 AÑOS AL SERVICIO DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA



Desde hace más de 40 años VELATI es un nombre ligado a la mayoría de los mejores fabricantes de embutido de nuestro país.

VELATI sigue siendo, en el siglo XXI, la referencia absoluta en calidad, desde picadoras, amasadoras, hasta líneas completas totalmente automatizadas.



## VELATI, SU MEJOR ALIADO

**FPS** Food Processing Systems

Marqués de Monistrol, 6 - Oficina 9 • 08970 Sant Joan Despí (Barcelona)  
info@fpsfoodtec.com • Tel.: 931 189 371 • Móvil: 663 780 380

# Los consumidores mexicanos y el bienestar animal: perspectivas actuales, disponibilidad de pago y tendencias futuras

Genaro C. Miranda-de la Lama <sup>a, 1</sup>, Laura Estévez-Moreno <sup>b</sup>, Wilmer Sepúlveda <sup>c</sup>, Gustavo A. María <sup>d</sup>

<sup>a</sup> Departamento de Ciencias de la Alimentación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Lerma, Lerma de Villada (México)

<sup>b</sup> Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca (México)

<sup>c</sup> Facultad de Negocios, Universidad Libre, Socorro, Santander (Colombia)

<sup>d</sup> Departamento de Producción Animal y Ciencia de los Alimentos, Facultad de Veterinaria, Universidad de Zaragoza, Zaragoza (España)

<sup>1</sup> E-mail: [g.miranda@correo.ler.uam.mx](mailto:g.miranda@correo.ler.uam.mx)

El objetivo de este trabajo es analizar las perspectivas actuales y las tendencias futuras que indican los trabajos realizados por los autores, respecto a las percepciones y actitudes de los consumidores mexicanos hacia el bienestar de los animales de granja y su disposición a pagar más por los productos que mejoren o garanticen ciertos estándares de bienestar.

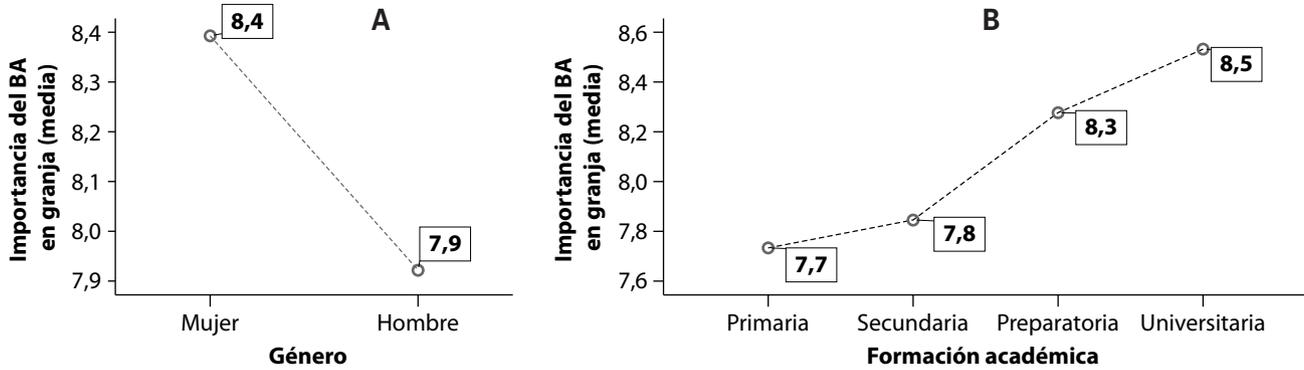
**E**n la actualidad el bienestar animal (BA) es un elemento estratégico dentro de un concepto amplio de calidad para los grupos de interés de la cadena cárnica y especialmente para los consumidores. Numerosas evidencias científico-técnicas han demostrado una tendencia creciente orientada al consumo responsable, especialmente dirigida a la sostenibilidad, los alimentos orgánicos y el bienestar de los animales de granja. Este fenómeno ha sido ampliamente aceptado, como producto del progreso económico y una moral más incluyente en economías altamente desarrolladas. Sin embargo, en países con economías en desarrollo y emergentes (e.g. América Latina), esta tendencia se abre paso de manera sutil, pero sostenida como una nueva realidad de consumo. El objetivo de este artículo consiste en describir las percepciones respecto al bienestar animal y perspectivas actuales, de los consumidores de uno de los mayores productores y consumidores de cárnicos globales: México.



## Introducción

En los últimos años, los principales actores implicados en la cadena global de producción de carne han dirigido sus esfuerzos en conseguir carne y productos cárnicos que cumplan con las diversas expectativas del consumidor (Vitale *et al.*, 2013). El concepto contem-

**Figura 1. Importancia general del bienestar de los animales de granja, según la percepción del consumidor** (escala de 10 puntos, de 0 -no importante- a -10 -muy importante-), A, Efecto de género; B, Efecto del nivel educativo



poráneo de calidad es muy amplio, y abarca una gran diversidad de características del producto, incluyendo aspectos intrínsecos (microbiológicos, tecnológicos, nutricionales y sensoriales) y extrínsecos (origen, sistema de producción, bienestar animal). Las percepciones y actitudes favorables al BA son una tendencia estable en los consumidores de muchos países desarrollados. Sin embargo, en países con economías en desarrollo y emergentes, esta tendencia se abre paso de manera sutil pero sostenida como una nueva realidad de consumo.

México es un país con 119 millones de habitantes, multicultural, con un gran patrimonio culinario y agroalimentario, debido a sus diferentes características étnicas, antecedentes coloniales, religión, idioma y nivel de desarrollo educativo y socioeconómico. Simultáneamente es uno de los países con mayor desigualdad del mundo, con más de 53 millones de población en situación de pobreza, donde el 1% de la población concentra la mitad de la riqueza (CEPAL, 2015). Sin embargo, el consumo de carne ha aumentado considerablemente en los últimos años como consecuencia de la diversificación de la dieta, el aumento de los ingresos en la clase media, los nuevos estilos de consumo de alimentos y sobre todo la concentración de población en las grandes ciudades. En este contexto, México ocupa el quinto lugar en el mundo en términos de ventas de alimentos *per cápita*, solo por detrás de Australia, Estados Unidos, España y Brasil (Popkin, 2014). El consumo *per cápita* de productos carne en México es de 30 kg de ave, 17 kg de vacuno, 16 kg de cerdo y 1,5 kg de ovino y/o caprino. Aún con la actual recesión económica, los consumidores mexicanos, en particular de los estratos medios, medio-alto y alto (23, 16 y 6,7 millones de personas, respectivamente), siguen comprando productos con etiquetas de calidad diferenciada como carne, huevo y leche. La mo-

tivación para comprar estos productos con atributos mejorados de BA está estrechamente relacionada con las características demográficas de los consumidores, sus conocimientos sobre el bienestar de los animales y su confianza en la información sobre los sistemas y prácticas de manejo (Miranda-de la Lama *et al.*, 2017).

Estudios científicos de opinión y percepciones en América Latina, indican una creciente preocupación social por el sufrimiento y dolor de los animales de granja durante las diversas etapas productivas y sus implicaciones éticas, sociológicas y políticas y económicas (Chile: Schnettler *et al.*, 2008; Vargas-Bello-Pérez *et al.*, 2017; Brazil: Queiroz *et al.*, 2014; México: Miranda-de la Lama *et al.*, 2017), al igual que en otras partes del mundo (Wolf *et al.*, 2016; Di Pasquale *et al.*, 2016). Sin embargo, México ha actuado con cierta lentitud para actualizar sus normas legales en materia de bienestar de los animales de granja, las cuales incluyen algunas directrices sobre el transporte de animales, el aturdimiento y la sacrificio en la cadena de suministro (Miranda-de la Lama *et al.*, 2012). El bienestar de los animales de granja en México está atrayendo cada vez más atención por parte de las organizaciones, los consumidores, los responsables políticos y la sociedad civil por varias razones, desde las preocupaciones de comercio y producción sostenible, hasta la implementación de estrategias de valor diferenciado. En la actualidad, la percepción de los consumidores mexicanos ha sido documentada de manera detallada en un estudio publicado recientemente por nuestro grupo en Meat Science (Miranda-de la Lama *et al.*, 2017), del cual se mostrarán algunos resultados en el presente artículo. Atendiendo a esto, el objetivo de este trabajo es analizar las perspectivas actuales y las tendencias futuras que indican los trabajos realizados por nuestro

equipo de investigación, respecto a las percepciones y actitudes de los consumidores mexicanos hacia el bienestar de los animales de granja y su disposición a pagar más por los productos que mejoren o garanticen ciertos estándares de bienestar.

### Perspectivas actuales

En términos de investigación en BA, México tiene una sostenida tradición que data de los finales de los años 80. La gran mayoría de estos esfuerzos han estado dirigidos a comprender fenómenos en torno al comportamiento y fisiología del estrés en animales domésticos, especialmente desarrollados en la UNAM, UAEM-Morelos y UAM. Sin embargo, esta investigación tuvo poca permeabilidad con la industria agroalimentaria nacional, a diferencia de otros países latinoamericanos como Chile o Uruguay, donde los investigadores lograron colocar al BA en la agenda pública, como parte de una necesidad de acceso a nuevos mercados, especialmente el Europeo. En la actualidad, la docencia e investigación (básica y aplicada), en materia de BA se encuentra distribuida a lo largo del territorio nacional, con grupos académicos consolidados y en vías de consolidación que tienen impacto nacional e internacional, y también con una creciente relación con el sector agroalimentario. Paralelamente, los ciudadanos mexicanos han ido desarrollando una preocupación por la producción animal intensiva y el BA durante los últimos diez años. Esto ha respondido a una conjunción de varios factores como el creciente grado de industrialización en la producción primaria; el aumento en las evidencias científicas sobre cognición, estados mentales y emociones en los animales; las preocupaciones sobre se-

guridad alimentaria; nuevas consideraciones socio-éticas; los escándalos de abuso animal (especialmente a las investigaciones ocultas), el acceso a las redes sociales que construyen una moral globalizada y los fuertes lazos de las personas con animales de compañía.

Para poder inferir respecto a las percepciones actuales y sus posibles alcances sobre BA desde la perspectiva de los consumidores mexicanos, realizamos una encuesta dirigida a consumidores de supermercados (ambiente de compra), dado que estos concentran al menos el 40% del total de ventas al menudeo de productos de origen animal en el país. La encuesta fue dirigida a mayores de 18 años, residentes en el Valle de Toluca, que es considerada la quinta mayor zona metropolitana de México y que reúne a 22 municipios con los ingresos *per cápita* más altos y bajos del país, posicionándola como cercana a la media nacional. Se encuestaron en el lapso de un mes y medio, 843 consumidores de los cuales el 55,9% fueron mujeres y el restante 44,1% fueron hombres. Los segmentos de edad incluidos en la muestra fueron de 18 a 30 años (31,4%), de 31 a 45 años (34,2%), de 46 a 60 años (23,6%) y mayores a 60 años (10,8%). El 10,7% de los encuestados tenía solo educación primaria, el 25,4% secundaria, el 34,3% preparatoria y el 29,7% restante estudios universitarios.

La importancia que los consumidores mexicanos le dan al BA es de 8,1 en una escala de 1 a 10, aunque las mujeres le asignan una importancia mayor que los hombres (**figura 1a**). Asimismo, las personas con mayores niveles de educación dan más importancia al bienestar que las personas con menores niveles de formación académica (**figura 1b**). Este nivel de

# Solutio

Soluciones tecnoalimentarias

>> Asesoramiento en Tecnologías de Vanguardia.

>> Soluciones flexibles para optimizar la producción y el envasado.

>> Servicio ágil y eficaz.

>> Capacidad de respuesta inmediata.



**FREY**  
Maschinenbau

**KERRES**  
anlagensysteme

**FOODLOGISTIK**  
Technologien für die Lebensmittelindustrie

**HENNEKENTUMBLER**  
WEIß

**EKO** **Pilnik**  
**MEX**

**MA**  
**DO**  
for the best

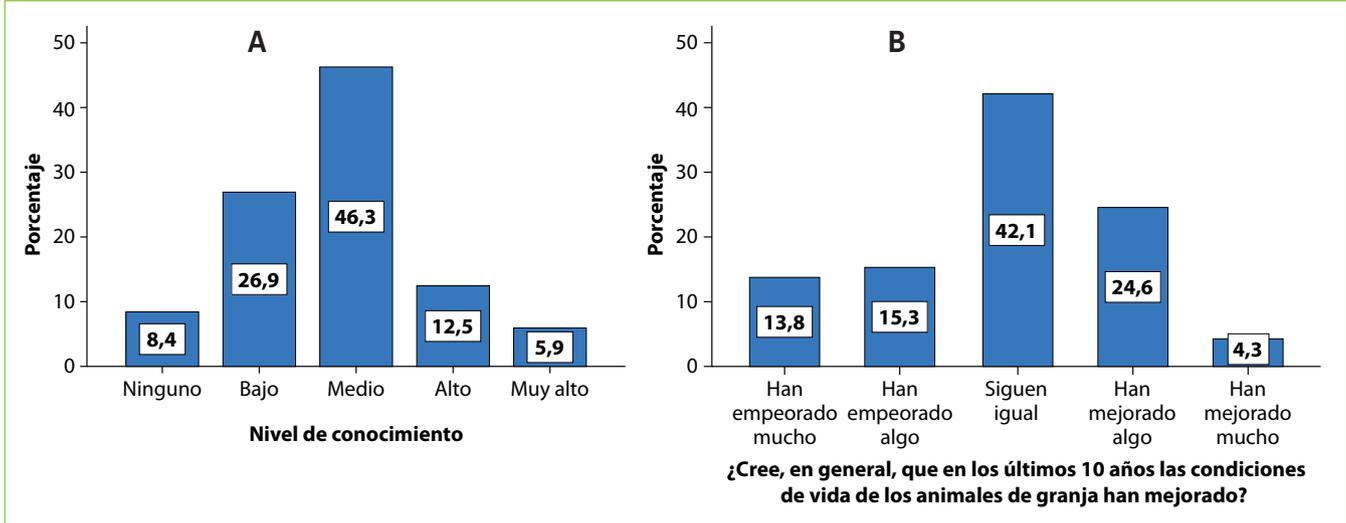
**WEBOMATIC**  
Advanced Vacuum Packaging Systems

**DETECTRONIC**

vendetumaquina.com

Pol. Ind. La Variante · C/ La Grajera, 8  
26140 Lardero (La Rioja) · Spain  
+34 941 031 272 · info@solutiost.com

**Figura 2. Nivel de conocimiento que consideran los consumidores que tienen sobre el bienestar animal (A), y su percepción sobre la posible mejora de las condiciones de cría de los animales en los últimos 10 años (B)**



concernencia es similar al que se ha reportado en algunos países del sur de Europa, donde diversos estudios han demostrado que el género y el nivel educativo son factores determinantes en las percepciones positivas sobre temas asociados al consumo responsable y la sostenibilidad de la producción agroalimentaria. El nivel de conocimiento sobre el bienestar de los animales de granja declarado por los consumidores concentró en los niveles medio (46,3%) y bajo (26,9%), lo que indica que si bien la gente le confiere una alta importancia a este tema, está consciente de la poca informa-

ción que tiene sobre el mismo. Esto se asocia a que en los supermercados mexicanos aún existe un bajo nivel de información que dé a los consumidores una referencia clara de la procedencia, tipo de alimentación, manejo y calidad del producto. Los consumidores también perciben que las condiciones de BA en el país siguen igual en los últimos 10 años (figura 2b). En la tabla 1 se presenta un resumen de la puntuación promedio que se obtuvo de los 12 aspectos incluidos en la encuesta en una escala de 1 a 5, respecto a las percepciones de los encuestados sobre BA (1 = seguramente no, 2 = probablemente no, 3 = no me importa, 4 = probablemente sí, y 5 = definitivamente sí). Los consumidores piensan que los animales de granja son capaces de sentir dolor, expresar emociones, y que deben poder expresar sus comportamientos naturales, ser bien alimentados, protegidos y mantenidos en condiciones saludables. Esto sugiere que reconocen a los animales de granja como seres sintientes, y esta información podría utilizarse para desarrollar herramientas para proteger a los animales, aplicando conocimientos sobre la sensibilidad animal para remediar y prevenir el sufrimiento de los animales (Satz, 2010). Los encuestados expresaron la necesidad de que se desarrollen nuevas regulaciones en México sobre BA, cuyas disposiciones además deberían aplicarse también a los productos importados. Del mismo modo, los encuestados consideraron que los agricultores deben ser compensados por los costos de mejorar sus normas de producción, lo que sugiere un alto nivel de empatía hacia estos últimos. Ese resultado coincide con la encuesta del Euro-barómetro de 2007, en la que el 72% de los europeos también sentía que los agricultores debían ser compensados por los mayores costos de producción relacionados con el cumplimiento de normas mejoradas de BA.

*Los consumidores mexicanos perciben a los productos provenientes de sistemas donde se promueve y garantiza el bienestar animal, como de mayor calidad y más saludables*

ción que tiene sobre el mismo. Esto se asocia a que en los supermercados mexicanos aún existe un bajo nivel de información que dé a los consumidores una referencia clara de la procedencia, tipo de alimentación, manejo y calidad del producto. Los consumidores también perciben que las condiciones de BA en el país siguen igual en los últimos 10 años (figura 2b).

En la tabla 1 se presenta un resumen de la puntuación promedio que se obtuvo de los 12 aspectos incluidos en la encuesta en una escala de 1 a 5, respecto a las per-

Los consumidores mexicanos perciben a los productos provenientes de sistemas de producción donde se promueve y garantiza el BA, como de mayor calidad y más saludables (figura 3a). Cuando se preguntó sobre las características adicionales que debería tener un

**Tabla 1. Percepciones de los consumidores mexicanos (expresados en medias) hacia diversos aspectos del bienestar animal**

¿Cree usted que...	Media*
Los animales de granja sienten el dolor.	4,6
Los animales de granja deberían estar bien alimentados, bien cobijados y sanos.	4,6
El bienestar y la protección de los animales de granja en México deberían ser mejoradas.	4,5
Los alimentos importados deberían respetar las mismas condiciones de BA que en México se exigen.	4,4
Los animales de granja deberían estar libres de miedo y estrés.	4,4
Le gustaría que se le informase sobre las condiciones de vida de los animales de granja que usted consume.	4,4
Son necesarias nuevas leyes para evitar abusos en el trato a los animales de granja.	4,3
Los animales de granja: son capaces de sentir emociones (positivas o negativas).	4,3
Se debería educar en la educación básica sobre BA.	4,2
El estrés en los animales durante la producción y transporte puede afectar la calidad de la carne, la leche, huevo y/o subproductos que consume.	4,2
Cambiaría de lugar de compra para poder adquirir productos que respeten el BA (i.e. orgánicos, ecológicos)	4,2
Los animales de granja deberían poder expresar los comportamientos naturales de su especie.	4,1
Los ganaderos deberían ser compensados económicamente por el incremento de costos por mejorar el BA.	3,8
Las actuales etiquetas de los productos de origen animal le permiten identificar las condiciones de cría y BA con que han sido producidos.	2,6
En México existe información suficiente sobre el bienestar de los animales de granja.	2,5

\* Escala de 1 a 5.

producto animal (además del BA; **figura 3b**), indicaron mayoritariamente que no deberían contener antibióticos y hormonas (24,8%) y deberían ser libres de patógenos. Estos resultados coinciden con Martelli (2009), quien encontró en consumidores italianos que los tres principales factores de riesgo percibidos en alimentos de origen animal son los residuos de antibióticos, las hormonas y la presencia de patógenos. Los consumidores encuestados también confían en las certificaciones con logotipos en el

producto como primer mecanismo de identificación de un producto con BA, aunque también consideran que un texto explicativo sería un buen mecanismo de información para el consumidores (**figura 3c**). Los primeros productos en México con ciertas regulaciones en BA (e.g. productos orgánicos), fueron el huevo, leche entera y yogurt. A partir del 2013, se ha diversificado la oferta con carne de ave y ganado vacuno y ovino, parte de ellas de importación (provenientes especialmente de USA y



- Redacción y Dirección de Proyectos de Ingeniería, tanto nacionales como internacionales (Europa, América y Asia).
- Diseño, Desarrollo y Ejecución de proyectos de Ingeniería Industrial Alimentaria, Químico, Farmacia, Logística y Urbanismo.
- Selección, Concurso y Contratación de Proveedores.
- Dirección, Control y Coordinación de obras tanto en obra civil, instalaciones, equipamiento y maquinaria.
- Control de Costes, Plazos y Calidades.
- Tramitación en las Administraciones Públicas, tanto a nivel autonómico como nacional, de todo tipo de licencias, permisos y legalizaciones.
- Ingeniería de procesos. Desarrollo de Layout de cualquier proceso Industrial.
- Auditorías Técnicas, Tasaciones y Periciales.



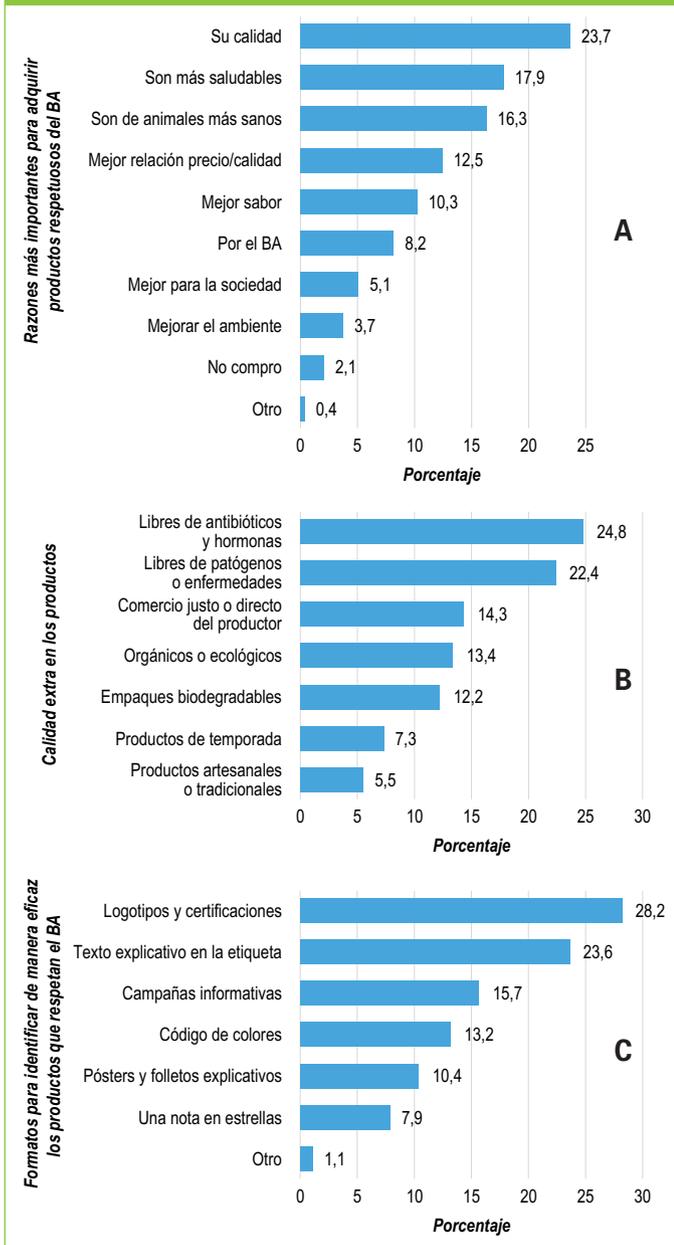
- Diseño-Viabilidad
- Ingeniería
- Consultoría Técnica
- Gestión de Ayudas-Subvenciones
- Project Management
- Tramitación Autorizaciones
- Medioambiente



OFICINAS CENTRALES  
 C/ Rumanía, 3, Local 2  
 28224 POZUELO DE ALARCÓN (Madrid)  
 Teléfono: 91 352 65 51

OFICINAS CATALUÑA  
 C/ Sancho Dávila, 52-58, 7º, 1ªA  
 08018 BARCELONA  
 Teléfono: 654 120 688

**Figura 3. Razones por las que se consumen productos provenientes de sistemas con bienestar animal (A), aparte del bienestar animal qué otros atributos le preocupan a los consumidores (B), y mecanismos de identificación de los productos (C), de acuerdo a la percepción de los consumidores**



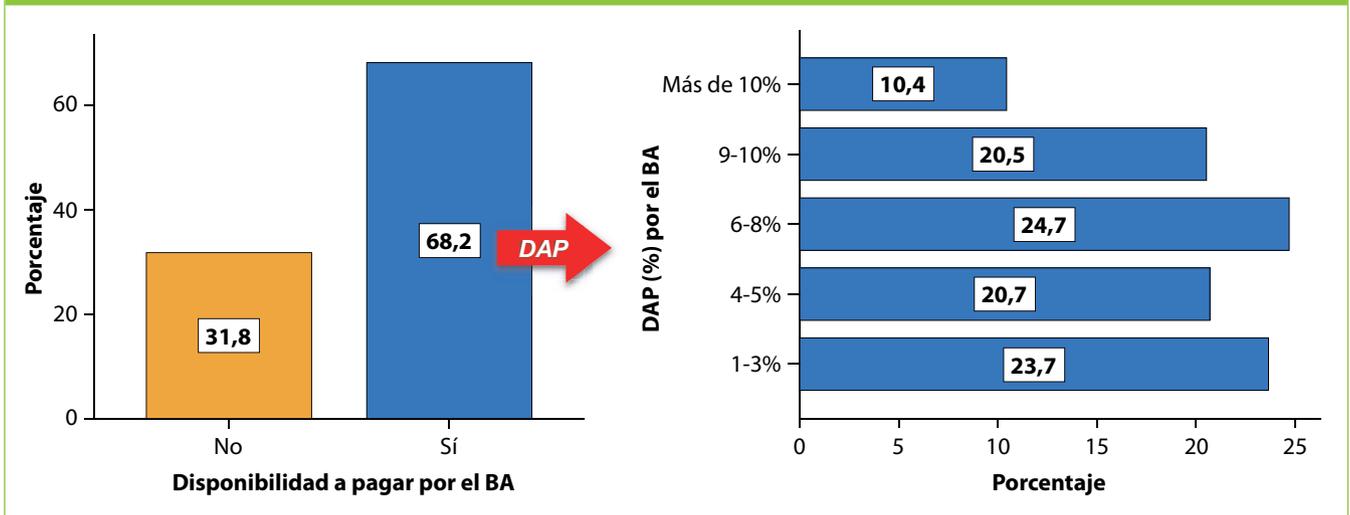
Uruguay). Aunque algunos productos tienen distintivos y diseños que permiten comunicar que existe algún grado de control del BA, las certificaciones son escasas o aún desconocidas para el consumidor mexicano. Es importante señalar que existe un esfuerzo gubernamental para el impulso de códigos de buenas prác-

ticas y certificaciones que no están especialmente dirigidas al BA, aunque incluyen algunos tópicos inherentes al mismo (e.g. Calidad Mexicana, Orgánico SAGARPA-México). No obstante, es esperable que en un futuro cercano se desarrollen mecanismos específicos de certificación en esta materia, debido a que el BA está ingresando activamente a la agenda pública y se prevé que sea parte de una nueva estrategia agroalimentaria nacional para el sexenio 2018-2024.

Un total de 68,2% de los encuestados dijeron que pagarían más por productos amigables con el BA (figura 4). Estos hallazgos son similares a los estudios en consumidores chilenos de carne (73%; Schnettler *et al.*, 2008), y productos lácteos (68%, Vargas-Bello-Pérez *et al.*, 2017). Cuando se les pidió que colocaran un porcentaje de sobre-precio máximo que deberían tener estos productos, sólo uno de cada diez aceptó pagar más del 10% por encima del precio normal. El 90% restante se distribuyó equitativamente en cuatro grupos de precios. Nuestros resultados son ligeramente inferiores a los de María (2006) para consumidores españoles (16% más) y Kehlbacher *et al.*, (2012) para el Reino Unido (26 a 32% más). En una encuesta realizada en la UE, la mayoría de los consumidores (57%) expresaron su disposición a pagar más por productos amigables con el BA. De estos, una cuarta parte expresó su disposición a aceptar un aumento del precio del 5%, el 21% acordó un aumento del 10%, otro un 11% aceptó un aumento del 25% (Martelli, 2009). En general, los consumidores de los países con economías desarrolladas están dispuestos a pagar más por la carne con mayores puntuaciones de bienestar, vinculadas con sistemas de etiquetado eficiente y garantizado (Kehlbacher *et al.*, 2012). En consecuencia, dadas las preferencias por diferentes niveles de bienestar de los animales de granja, un esquema de etiquetado con un logotipo de certificación o un sistema de clasificación parece factible (Toma *et al.*, 2012).

Otro resultado interesante es que los consumidores consideran a los ganaderos y veterinarios como los principales actores que deberían ser quienes garanticen el bienestar de los animales (figura 5a), aunque en tercer lugar está el gobierno en sus tres posibles niveles. Esto podría dar lugar al desarrollo de esquemas de certificación a nivel de granja y planta de sacrificio liderado por los gremios ganaderos y profesionales, orientados por las universidades. En cuanto a las diferentes etapas de los sistemas de producción que de acuerdo a los consumidores suponen un riesgo al bienestar de los animales, los más mencionados fueron el transporte (20%) y estancia en el

Figura 4. Disponibilidad de pago manifestada por productos con bienestar animal por parte de los consumidores mexicanos



rastró o matadero (18%). Esos resultados pueden reflejar que el hecho de que los animales vivos se transporten en todos los sistemas de producción es un proceso evidentemente visible para los consumidores (Miranda-de la Lama *et al.*, 2014).

El 45% de los encuestados no estuvieron de acuerdo con que en los supermercados se puede encontrar con facilidad información sobre las condiciones de cría de los animales, mientras que otro 39% dice estar de acuerdo y a un 15% este hecho le es indiferente. Estos resultados muestran que posiblemente no existe una estandarización de lo que el consumidor considera como información valiosa en lo que se re-

fiere a BA. Además, es claro que los supermercados manejan diferentes tipos de mensajes para comunicar atributos de calidad para sus consumidores. En México se suele partir del hecho que el consumidor tiene una formación pobre en cuanto a los estándares internacionales de calidad de la carne; por ejemplo en algunos supermercados se dan mensajes sobre la conveniencia de una carne con un alto grado de marmoleado (marmoleado) proveniente de sistemas intensivos de cebo, lo cual es una visión de calidad cercana al consumo en Norteamérica. Por otro lado, algunos otros destacan que el cebo en pasto es más saludable y mejor para el BA, similar a la visión Euro-



**in-QFast<sup>®</sup> MBI**

El incubador versátil que se adapta a sus necesidades

**Ideal para ensayos de microbiología**

**Portátil | Ligero | Compacto**

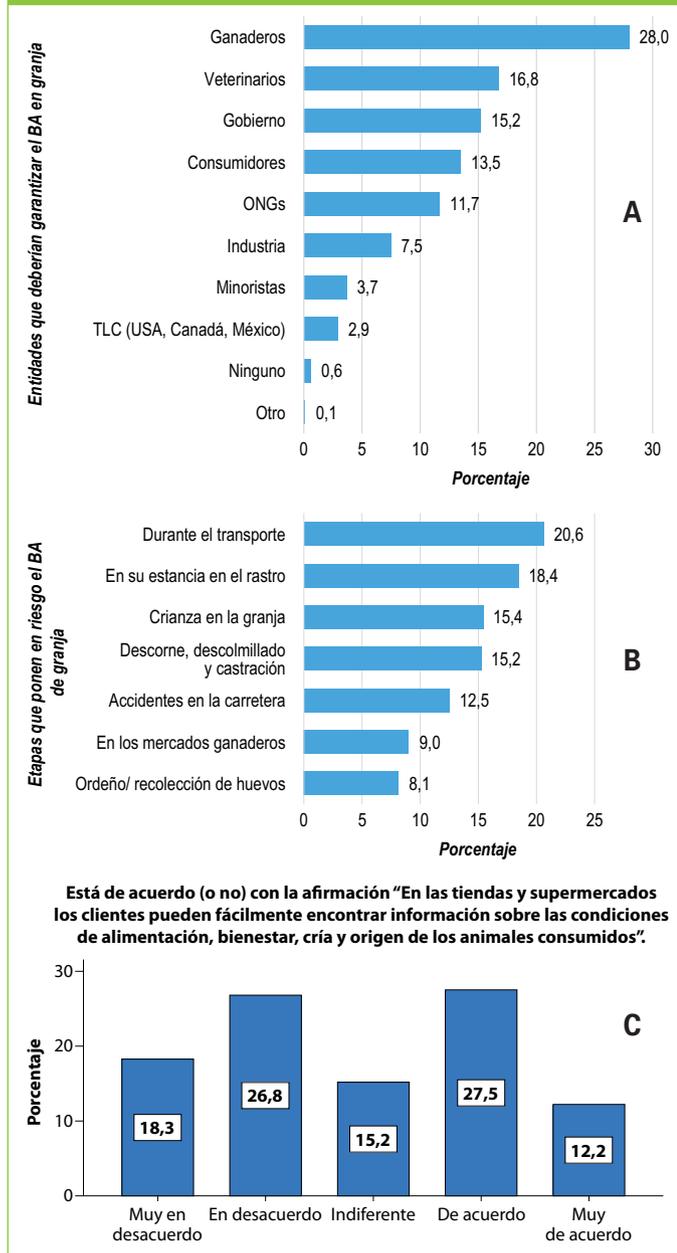
**Incubación estática o con agitación**

**Pre-programado con los protocolos QFast<sup>®</sup>**



Pol. Ind. Riu Clar | C/ Ferro, 6 (Nave 7)  
43006, Tarragona | Tel.: +34 877 449 968  
info@imicroq.com | [www.imicroq.com](http://www.imicroq.com)

**Figura 5. Percepciones sobre etapas productivas que ponen riesgo al bienestar (A), entidades que deberían garantizar el bienestar animal en México (B) y la facilidad de información sobre las condiciones de cría en los supermercados (C)**



pea. Es probable que se subestime a los consumidores y que el estándar de calidad de carne de los mexicanos tenga variaciones geográficas pero también de idiosincrasia. Lo que sí es claro es que la forma de cría y los procesos del campo a la mesa deben ser explicados, más allá de las tendencias que la industria promueva como parte de la sofisticación *gourmet* de moda.

## Tendencias futuras

Actualmente el sector cárnico mexicano, está dirigiendo sus esfuerzos mayormente a la diversificación de mercados internacionales, ante la incertidumbre sobre si el mercado interno está preparado para consumir productos de calidad diferenciada (e.g. BA) y especialmente frente a las nuevas relaciones comerciales con América del Norte (e.g. posible renegociación del NAFTA). En este sentido, los grandes consorcios cárnicos están poniendo especial interés en la exportación de carnes obtenidas del sacrificio ritual como Kosher y Halal, y para el mercado nacional productos cárnicos marinados. Es claro que la oferta de un producto está determinada por el volumen de su demanda y que el sector cárnico solo invertiría en BA si dicha demanda compensa los numerosos cambios en el manejo y procesos operativos implicados. Sin embargo, existen numerosas evidencias que indican que una cadena cárnica con problemas de BA, tienen problemáticas asociadas a pérdidas de peso en animal vivo, mortalidad, hematomas en la canal, y la aparición de síndromes que afectan la calidad instrumental y sensorial de la carne (e.g. carne DFD y/o PSE). Por lo tanto, es posible que la implementación de políticas y medidas para asegurar el BA como parte de un programa de calidad operativa, no solo prevenga estados de reactividad y dolor innecesario en los animales, sino que también repercuta en una disminución de pérdidas económicas, optimice las operaciones pre-sacrificio y mejore la imagen de la empresa ante los consumidores.

Esto último, tiene cierta relevancia en el contexto actual y futuro, debido a que diversas asociaciones de protección animal (especialmente norteamericanas), tienen un trabajo activo y persistente en el país. Sus efectos en México son llamativos, por ejemplo mientras que su impacto en el cambio de las políticas gubernamentales hacia los animales de granja es aún limitado, han logrado cambiar las políticas de responsabilidad social de muchas empresas del sector agroalimentario, especialmente la cría de gallinas de postura y cerdas sin jaula. En este contexto, 20 empresas han expresado su intención de adherirse a este cambio, ya sea en sus propios centros de producción animal o exigiendo a sus proveedores de huevo y carne de cerdo estos cambios en un plazo que fluctúa entre 2022 para las gallinas de postura y el 2025 para las cerdas en jaula. Esta tendencia aún no está presente directamente en vacuno y ovino, pero es esperable que llegue en los próximos años.

Lo anterior podría motivar el surgimiento de estrategias de diferenciación de BA que una cadena de suministro pueda garantizar, y que se sumen a otras cualidades extrínsecas e intrínsecas del producto. Dichas certificaciones podrían cubrir todos los procesos de la granja a la mesa, o bien centrarse en etapas específicas, como por ejemplo el manejo en granja, del cual ya existen varias experiencias a nivel mundial. Otra posibilidad es el desarrollo de certificaciones que garanticen niveles de BA durante la cadena logística pre-sacrificio, y que pudieran evaluarse a nivel de planta de sacrificio. Esto generaría un sello que podría estar asociado al de inocuidad solo en plantas de Tipo Inspección Federal (TIF). La existencia de un sello de este tipo resultaría complementaria con certificaciones asociadas a criterios de sostenibilidad, como por ejemplo las de productos orgánicos o ecológicos, ganadería sostenible de Rainforest Alliance Certified o los sellos avalados por GLOBALG.A.P. En las últimas décadas, todas éstas han incluido y elevado a tra-

vés de sus normas, los estándares de BA de los productos que certifican a lo largo del mundo, aunque se han concentrado principalmente en el manejo de los animales en granja. No obstante, su penetración progresiva en el mercado mexicano, tanto en productos nacionales como importados, representa una posibilidad para que el consumidor adquiera productos con mayores estándares de BA respecto a los convencionales.

### Conclusiones

De acuerdo a los resultados de nuestra encuesta podemos concluir que los consumidores mexicanos parecen estar interesados en el bienestar animal, aceptando sus implicaciones morales, económicas y sociales. Esta tendencia es más evidente en las mujeres y en los más educados. Los encuestados demostraron tener un alto nivel de empatía por las necesidades de los animales y manifestaron tener conocimiento de las condiciones de vida de los animales de granja.

## Los aturdidores de JARVIS tipos C y P están certificados por la Unión Europea



**Aturdidor Jarvis Modelo PAS**  
**Tipo C, Penetrante, Calibres 0,22R y 0,25R**  
 Disponible en estándar y largas longitudes



**Aturdidor Jarvis Modelo PAS**  
**Tipo P, Penetrante, Calibres 0,22R y 0,25R**



**CERTIFICADOS en la UE**

**Nuestra fiabilidad y exactitud aseguran el bienestar animal**

**Certificado CE 2017 de examen de tipo, expedido por PTB Braunschweig / D**

**JARVIS®**

Sebastián Azzolini - Gerente general  
 Carrer de la Farigola, 28  
 17457 RIUDELLOTS DE LA SELVA (Girona)  
 Telfs.: +34 675 031 600 / +34 972 478 766  
 info@jarvisespana.es

**Líder mundial en la elaboración de equipo para el procesamiento de carne**

¡Visite nuestra web!  
[www.jarvisespana.es](http://www.jarvisespana.es)



También exigieron más información y reglamentación en términos de BA en la producción animal nacional. La mayoría de los consumidores encuestados manifestaron su disposición a pagar más por productos amigables con el BA, y su principal motivación fue la calidad y la salud humana, y no el bienestar de los animales en sí. En caso de que estas preocupaciones se materialicen en una demanda específica de productos con estas características en el mercado nacional, la cadena de suministro (agricultores, transportistas, plantas de sacrificio, industrias procesadoras y minoristas), deben considerar mecanismos de certificación apropiados a las condiciones mexicanas. Al mismo tiempo, será necesario informar a los consumidores y convencer a la industria agroalimentaria de que el valor ético de un producto es un elemento de creciente importancia económica y una oportunidad de negocio. Es posible que el impacto de la producción animal intensiva en las percepciones de los consumidores y su impacto en las decisiones de compra fueron subestimadas en el pasado. Sin embargo, las evidencias de este estudio indican la importancia de invertir en cambios en el presente, para mejorar el bienestar de los animales e incorporar al consumidor como un agente activo en la cadena.

## Bibliografía

- CEPAL (2015), Desarrollo social inclusivo. Una nueva generación de políticas para superar la pobreza y reducir la desigualdad en América Latina y El Caribe, *Conferencia Regional de Desarrollo Social*, Lima. www.cepal.org
- Di Pasquale, J., Nannoni, E., Adinolfi, F., Del Duca, I., Capitano, F., Sardi, L., Vitali, M., Martelli, G. (2016). A case-study on profiling Italian consumers of animal-friendly foods. *Italian Journal of Animal Science*, 15, 294–302.
- EFSA (2007). Attitudes of EU citizens towards animal welfare. Special Eurobarometer 270/Wave 66.1 – TNS Opinion & Social. *European Commission*, 82.
- Kehlbacher, A., Bennett, R., Balcombe, K. (2012). Measuring the consumer benefits of improving farm animal welfare to inform welfare labelling. *Food Policy*, 37, 627–633.
- María, G.A. (2006). Public perception of farm animal welfare in Spain. *Livestock Science*, 103, 250–256.
- Martelli, G. (2009). Consumers' perception of farm animal welfare: An Italian and European perspective. *Italian Journal of Animal Science*, 8, 31–41.
- Miranda-de la Lama, G.C., Leyva, I.G., Barreras-Serrano, A., Pérez-Linares, C., Sánchez-López, E., María, G.A., Figueroa-Saavedra, F. (2012). Assessment of cattle welfare at a commercial slaughter plant in the northwest of Mexico. *Tropical Animal Health and Production*, 44, 497–504.
- Miranda-de la Lama, G.C., Villarroel, M., María, G.A. (2014). Livestock transport from the perspective of the pre-slaughter logistic chain: A review. *Meat Science*, 98, 9–20.
- Miranda-de la Lama, G.C., Estévez-Moreno, L.X., Sepúlveda, W. S., Estrada-Chavero, M. C., Rayas-Amor, A.A., Villarroel, M., María, G.A. (2017). Mexican consumers' perceptions and attitudes towards farm animal welfare and willingness to pay for welfare friendly meat products. *Meat Science*, 125, 106–113.
- Popkin, B. M. (2014). Nutrition, agriculture and the global food system in low and middle income countries. *Food Policy*, 47, 91–96.
- Queiroz M.L.D.V., Barbosa-Filho, J.A.D., Albiero, D., Brasil, D.D.F., Melo, R.P. (2014). Consumer perception about welfare of livestock in Fortaleza, Ceará, Brazil. *Revista Ciência Agronômica* 45, 379–386.
- Santurtún, E., Tapia, G., González-Rebeles, C., Galindo, F. (2012). Actitudes y percepciones de consumidores en la Ciudad de México, hacia atributos de la producción sustentable de alimentos de origen animal. *Veterinaria México*, 43, 87–101.
- Satz, A.B. (2010). Animals as vulnerable subjects: Beyond interest-convergence, hierarchy, and property. *Animal Law*, 16, 65–70.
- Schnettler, B., Vidal, R., Silva, R., Vallejos, L., Sepúlveda, N. (2008). Consumer perception of animal welfare and livestock production in the Araucanía Region, Chile. *Chilean Journal of Agricultural Research*, 68, 80–93.
- Toma, L., Stott, A.W., Revoredo-Giha, C., Kupiec-Teahan, B. (2012). Consumers and animal welfare. A comparison between European Union countries. *Appetite*, 58, 597–607.
- Vargas-Bello-Pérez, E., Riveros, J.L., Köbrich, C., Álvarez-Melo, P.A., Lensink, J. (2017). Chilean consumers' perception about animal welfare in dairy production systems: short communication. *Animal Production Science*, 57, 147–151.
- Vitale, M., González, J., Panella-Riera, N., Oliver, M. A. (2013). Alteraciones de calidad en carne fresca envasada de cerdo y vacuno. *euocarne*, 219, 64–72.
- Wolf, C. A., Tonsor, G. T., McKendree, M. G. S., Thomson, D. U., Swanson, J. C. (2016). Public and farmer perceptions of dairy cattle welfare in the United States. *Journal of Dairy Science*, 99, 5892–5903. e

# MÁQUINAS



*Para un resultado perfecto*



GASER ha desarrollado desde hace más de 30 años la tecnología para máquinas formadoras de hamburguesas basada siempre en una TÉCNICA MÁS SENCILLA, EFECTIVA Y ECONÓMICA.

Nuestra gama de maquinaria consta además de formadoras de albóndigas, croquetas, rebozadoras-empanadoras, embutidoras, atadoras, cortadoras, porcionadores y maquinaria auxiliar.

*Desde 1969*

**GASER**

[www.gaser.com](http://www.gaser.com)

[gaser@gaser.com](mailto:gaser@gaser.com)

Tel.: +34 972 23 65 72

Ctra. Besanó, 15 - Pol. Torre Mirona - 17190 SALT (Girona) - Spain

Departamento de ventas España / Portugal: [comercial@gaser.com](mailto:comercial@gaser.com)

Departamento de exportación: [export@gaser.com](mailto:export@gaser.com)

# Viabilidad de la maduración en seco en diferentes tipos de carne de vacuno español

El objetivo de este trabajo es hacer una primera aproximación a las características de la carne de vacuno madurada en seco y comprobar si la carne de categorías comerciales como la ternera o el añojo pueden conseguir unos parámetros de textura y calidad microbiológica similares a los de la carne de vaca madurada en las mismas condiciones.

**Panea, B.\*, García, H., Ripoll, G.**

Centro de Investigación y Tecnología  
Agroalimentaria de Aragón-IA2  
Avenida de Montañana, 930  
50059 Zaragoza

\* [bpanea@aragon.es](mailto:bpanea@aragon.es)



**E**l consumo de carne de ternera y añojo ha descendido en los últimos años. Sin embargo, ha ido aumentando el de carne de vaca (**tabla 1**). El incremento en la venta de carne de vaca se debe en gran parte a que se está vendiendo esta carne como carne madurada en seco, un producto *gourmet* que posee un

flavor y una ternera superiores a los de la carne madurada al vacío. La vaca cebada se presta especialmente a este tipo de maduración, ya que habitualmente son canales bien engrasadas, lo cual protege al músculo frente al ataque de microorganismos y frente a los daños causados por una prolongada exposición al frío. Además, estas maduraciones en seco suelen ser largas y la maduración mejora sensiblemente uno de los atributos de calidad más importantes en la carne de vacuno: la ternera.

La ternera depende de factores intrínsecos del animal (como la raza, el sexo o la edad), de factores productivos (como la alimentación y el estrés) y de factores post-sacrificio (como las condiciones y el periodo de maduración). La maduración es uno de los factores más fáciles de controlar y resulta muy efectivo a la hora de mejorar la ternera y el flavor de la carne (Ripoll *et al.*, 2014). Además, la carne que se ha madurado en seco durante un mínimo de 14 días mejora sus cualidades de palatabilidad (Campbell *et al.*, 2001), sobre todo su ternera, jugosidad, intensidad de sabor e intensidad de aroma.

## Condiciones y resultados de la maduración en seco

La maduración en seco debe realizarse en condiciones muy controladas. Son cruciales los factores tiempo, temperatura, humedad relativa y velocidad del aire dentro de la cámara frigorífica. Controlar la temperatura es muy importante para ralentizar y casi detener el proceso de putrefacción de la carne. Tras el *rigor mortis* y el despiece, según Perry (2012), las piezas de carne deben mantenerse a una temperatura interna de alrededor de 0°C y para ello, la cámara frigorífica debe estar entre -0,5 y 1°C. Por otro lado, es importante aumentar la corriente de aire forzado utilizando ventiladores dentro de la cámara para que así la superficie de la carne fresca se seque lo antes posible y se detenga el crecimiento de bacterias y mohos. La humedad también es importante y debe permanecer en torno al 80-85%; si fuera superior se favorecería el crecimiento de mohos en la carne y si fuera demasiado baja, la carne se secaría demasiado rápido, afectando negativamente a la jugosidad del filete. En cuanto al tiempo, lo habitual para madurar en seco son 28-35 días aunque algunos productores realizan maduraciones más largas de hasta 80 días. Perry (2012) aconseja además utilizar lámparas de luz ultravioleta dentro de la cámara para eliminar cualquier microorganismo transportado por el aire. También podemos encontrar estudios que se han llevado a cabo exitosamente utilizando otras condiciones (Campbell *et al.*, 2001 con 0-4°C, 75% HR y 21 días; Smith *et al.*, 1978 con 1±1°C, 87±7% HR y 28 días; Parrish *et al.*, 1991 con 0-1°C, 80-85% HR y 14-21 días). En todos

los estudios citados, los animales utilizados son de razas cárnicas con un alto grado de engrasamiento, principalmente Angus. La grasa subcutánea protege del choque por frío de la cámara y la grasa intramuscular disminuye la actividad de agua de la carne, dificultando la proliferación de los microorganismos. Sin embargo, el bovino español se caracteriza por presentar canales magras, que no sabemos si aguantarían bien el proceso de maduración en seco.

Con todos estos antecedentes, nos hicimos el siguiente planteamiento: ya que la carne de vaca tiene un valor añadido interesante cuando se madura en seco, ¿podría aumentarse el valor añadido de la carne de otras categorías comerciales mediante una maduración en seco? ¿Es viable este sistema de maduración en otras categorías comerciales?

Para responder a esta pregunta realizamos un experimento en el que maduramos en seco chuleteros de diferentes categorías comerciales. Estudiamos dos aspectos principales: la aptitud microbiológica de la pieza y su textura. Se estudió la microbiología de la carne porque la maduración seca es un proceso en el que la pieza está más expuesta al medio y además durante un largo periodo de tiempo, por lo que es fundamental comprobar que tras ese periodo, no excede los límites legales de carga microbiana. Por otro lado, se estudió la textura porque así se consigue obtener información objetiva de cómo ha madurado la carne y por tanto de cómo se ha visto afectada la ternera.

Por lo tanto, el objetivo de este experimento fue hacer una primera aproximación a las características de la carne madurada en seco y comprobar si la carne de otras ca-

# INTECAL

INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA, S.A.

## Más de 30 años al servicio de la industria cárnica

**BANSS**  
GERMANY  
MEAT TECHNOLOGIES

Instalaciones completas y maquinaria para mataderos

**AIRA**  
INGENIERIA Y ROBOTICA

Robótica para líneas de sacrificio y de despiece

**Butina**

Instalaciones para el anestesiado mediante CO<sub>2</sub>

**Anitec**

Instalaciones para la recogida higiénica y el procesamiento de la sangre

**TAIFUN**

Sistemas de transporte de residuos y subproductos por aspiración mediante vacío

**MCM**  
MATERIEL CHARLES MECAL

Maquinaria para la limpieza y tratamiento de subproductos comestibles

**MAJA**

Descortezadoras, desveladoras y peladoras. Cortadoras fileteadoras de carne fresca

**sterilAir**

Sistemas de desinfección mediante UVC

**WHIZARD**

Cuchillos circulares y tijeras neumáticas Airshirz

**EFA**  
Meat Processing Power

Sierras y cizallas

**DICK**  
Traditionsmarke der Profis

Afiladoras, cuchillos y aceros

**Carl Stahl**  
Carl Stahl Kromer GmbH

Equilibradores para la suspensión de cargas

**EDGE**  
MANUFACTURING

Cintas de sierra

**GOZLIN**

Sistemas de aturrido eléctrico

**Rudolf Schad**

Atadoras de lazo

**PUR ELASTICOS**

Palas para máquinas depiladoras. Latiguillos para máquinas flageladoras

**Crom 99F**  
08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
Tel.: 93 264 38 00  
Fax: 93 263 25 69  
info@intecal.com  
www.intecal.com



**Tabla 1. Comparación por categoría comercial del número de reses sacrificadas y peso de las canales en los años 2015-2016**

Animales	Reses sacrificadas			Peso canal (t)		
	2015	2016	Incremento	2015	2016	Incremento
Vacas	364.083	403.359	10,79 %	104.715	116.570	11,32 %
Terneras	93.001	74.175	-20,24 %	16.852	13.582	-19,41 %
Añojos	928.184	922.880	-0,57 %	221.256	218.292	-1,34 %

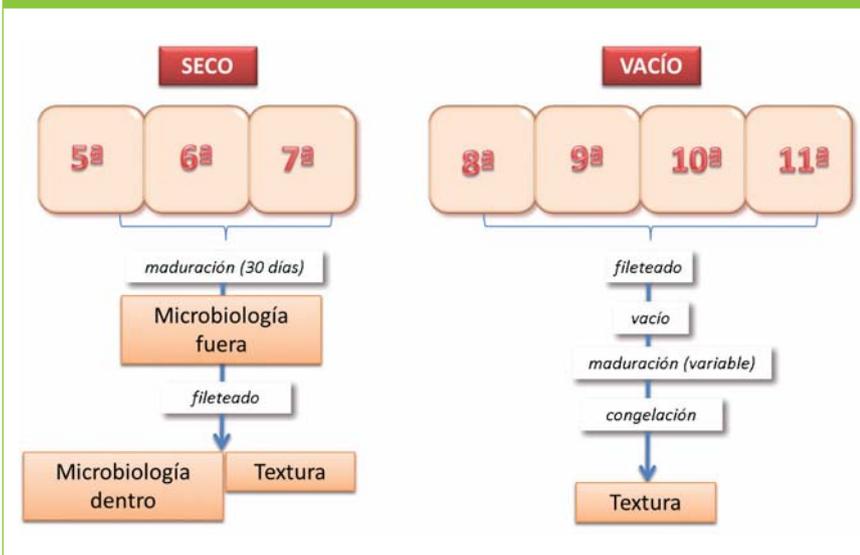
Fuente: MAPAMA

**Tabla 2. Características de los animales empleados en el ensayo**

Animal	Sexo	Edad	Raza	Alimentación	Maduración final (días)*
Vaca	Hembra	48	-	-	25
Ternera	Macho	11	Pirenaica	-	13
Añojo pienso	Macho	16	Pirenaica	Pienso y paja	28
Añojo silo	Macho	14	-	Silo y paja	7

\* Se refiere al periodo de maduración en vacío; en seco, todos los chuleteros se maduraron el mismo tiempo, es decir, 30 días desde la recepción.

**Gráfico 1. Esquema del diseño experimental**



tegorías comerciales pueden conseguir unos parámetros de textura y calidad microbiológica similares a los de la carne de vaca madurada en las mismas condiciones.

Para ello, utilizamos carne experimental perteneciente al proyecto INIA RTA2013-00046 (*Gestión de la calidad mínima garantizada y de la vida útil de distintas piezas de carne de vacuno y su relación con marcadores moleculares*).

Se eligieron cuatro tipos de carne de vacuno: vaca, ternera y dos añojos. Aunque la carne más utilizada para maduración seca a día de hoy es la de vaca, la carne vacuna más consumida a nivel nacional, sin entrar en su tipo y periodo de maduración, es la de ternera y añojo (Albertí *et al.*, 2010). Estos dos últimos tipos son comúnmente alimentados en cebaderos, es decir, con pienso y paja, pero también es frecuente la alimentación de silo y paja en las zonas húmedas de España, como el Norte. Por lo tanto, los animales utilizados fueron:

- Vaca. Este animal fue utilizado como testigo. Era de 48 meses de edad y la canal contaba con una maduración de origen de 8 días.
- Ternera. Era una ternera macho de raza Pirenaica de 11 meses de edad, cuya canal también contaba con una maduración de origen de 8 días.
- Añojo silo. Añojo macho de 14 meses de edad, alimentado con silo y paja cuya canal contaba con 1 día de maduración.
- Añojo pienso. Añojo macho de raza Pirenaica con 16 meses de edad, alimentado en cebadero (pienso y paja) cuya canal contaba con 7 días de maduración.

Los chuleteros utilizados fueron comprados a Fri-bin, llegaron a las instalaciones del CITA y se muestrearon tres días después. Se utilizó un chuletero de cada tipo de animal a estudiar. El día del muestreo se cortó cada chuletero en dos porciones:

- Desde la 5ª hasta la 7ª vértebra torácica, para la maduración seca. Se etiquetaron y se introdujeron enteras y sin envasar en una cámara frigorífica. Per-

manecieron 30 días en la cámara, a una temperatura de 3°C con ventilación forzada y una humedad relativa aproximada del 90%. Una vez pasado este tiempo, los chuleteros fueron sacados de la cámara de refrigeración. Se retiró la parte exterior de los chuleteros y de ellas se guardó una muestra por cada chuletero para el recuento microbiológico. A continuación, se extrajo el lomo y se cortó un filete, que se envasó al vacío y se utilizó para el recuento microbiológico. Así se pudo estudiar el crecimiento microbiano en la parte externa e interna del lomo. Finalmente, el resto del lomo se fileteó y los filetes fueron envasados al vacío y almacenados a -18°C hasta el momento de realizar los ensayos de textura.

- De la 8ª a la 11ª vértebra torácica. Esta porción de lomo estaba destinada en origen a la realización de una cata contemplada dentro del citado proyecto IN-IA y, por lo tanto, el muestreo se efectuó siguiendo el diseño de dicha cata, en la que se compara-

ban tipos de animales y tiempo de maduración. En la **tabla 2** se muestran las características de los animales utilizados y el tiempo final de maduración de los filetes envasados al vacío.

En el **gráfico 1** se muestra un esquema del diseño experimental.

### Estudio de la textura

El día del análisis, se sacaron los filetes de la cámara y se descongelaron sumergiéndolos en agua corriente (15°C-17°C) durante 1-2 horas. Se realizaron dos ensayos, uno con carne cruda (compresión) y otro con carne cocinada (cizalla). El ensayo en carne cruda simula el trabajo que hacen las muelas durante la masticación. El ensayo en carne cocinada simula el trabajo que hacemos con los incisivos.

Para el ensayo con carne cocinada, las muestras se cocinaron, sin sacarlas de su bolsa de vacío, en un baño

**ilerfred**

**Instalaciones de frío para el máximo frescor**

Estamos en **Lleida, Barcelona y Zaragoza**

Tel. +34 973 202 441  
Fax +34 973 210 813  
info@ilerfred.com

Para **CARNES** y **EMBUTIDOS**.  
Especialistas en instalaciones  
para cocidos, curados, mataderos  
y salas de despiece.

Visítenos en **www.ilerfred.com**

ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification

**Tabla 3. Medias de las variables de textura en función del tipo de maduración y tipo de animal**

	VACÍO			SECO		
	K20 (N/cm <sup>2</sup> )	K80 (N/cm <sup>2</sup> )	Esfuerzo máximo (N/cm <sup>2</sup> )	K20 (N/cm <sup>2</sup> )	K80 (N/cm <sup>2</sup> )	Esfuerzo máximo (N/cm <sup>2</sup> )
<b>Ternera</b>	12,1	59,6	67,6	4,6	37,0	35,4
<b>Vaca</b>	6,8	53,8	47,7	8,9	45,8	31,0
<b>Añojo silo</b>	9,2	41,2	43,2	5,1	42,7	28,7
<b>Añojo pienso</b>	8,9	42,8	32,8	6,5	39,0	27,3

María precalentado a 75°C hasta alcanzar en el centro del filete una temperatura de 70°C. Después, se sacaron del baño y se dejaron enfriar a temperatura ambiente hasta el día siguiente.

Las variables estudiadas fueron:

- En carne cruda:
  - Esfuerzo al 20% de compresión (K20), medido en N/cm<sup>2</sup>. Mide la resistencia ofrecida por las miofibrillas del músculo. La miofibrillas son la parte del músculo que más afectada se ve por la maduración.
  - Esfuerzo al 80% de compresión (K80), medido en N/cm<sup>2</sup>. Mide la resistencia ofrecida por el tejido conjuntivo. El tejido conjuntivo es menos sensible a la maduración, por lo que da una dureza de base que no se elimina al madurar.
- En carne cocinada:
  - Esfuerzo máximo, medido en N/cm<sup>2</sup>. Es la fuerza máxima que hay que hacer para partir la carne.

### Análisis microbiológico

Se realizó un recuento de mesófilos aerobios totales en la parte exterior e interior de los lomos madurados en seco. No se realizó este recuento en las piezas sin madurar debido a que se supusieron aptas a nivel microbiológico ya que si no, no hubieran podido salir de la sala de despiece. Para el análisis microbiológico se siguieron las directrices de la Norma *UNE-EN ISO 4833-1:2014 - Microbiología de la cadena alimentaria. Método horizontal para el recuento de microorganismos. Parte 1: Recuento de colonias a 30 °C mediante la técnica de siembra en profundidad.*

### Análisis estadístico

Para realizar el análisis estadístico de los datos se utilizó el *software* IBM SPSS Statistics 19.0, con el

cual se llevaron a cabo dos métodos estadísticos:

- Prueba de t de Student: con ella se estudió si existían diferencias significativas entre categorías de vacuno para cada variable tomando como valor de referencia los de la vaca.
- Medidas repetidas: se utilizó para estudiar el efecto del tipo/ tiempo de maduración para las variables de textura y el efecto de la localización del muestreo para el recuento microbiológico.

## Resultados

### Efecto del tipo de animal

En la **tabla 3** se muestran las medias de las variables de textura en función del tipo de maduración y del tipo de animal.

En los valores de la textura de la carne madurada al vacío, vemos que la ternera obtuvo los valores más altos, seguida por la vaca y quedando los añojos con valores más bajos. Sin embargo, en la carne madurada en seco, las medias de las variables del ensayo de compresión (K20 y K80) fueron mayores en la vaca que en el resto de los animales.

En la carne madurada al vacío, no existen diferencias entre la carne de vaca y las de las otras categorías, aunque se encontró una tendencia para el K20 ( $p=0,088$ ). Sin embargo, en la carne madurada en seco, la vaca presentó valores para K20 significativamente diferentes del resto de los animales ( $p<0,05$ ) y se encontró también una tendencia para el K80 ( $p=0,066$ ). Algunos autores señalan diferencias en la textura de la carne en función de la categoría comercial (Sañudo *et al.*, 2003, Albertí *et al.*, 2010). Sin embargo, en el presente estudio, no se encontraron diferencias entre categorías para las variables de cizalla, lo que coincidiría con los resultados de Martí *et al.*, (2011), lo cual se explicaría porque dichos autores compararon animales de 10, 12 y 14 meses mientras que en los estudios de Sañudo *et al.* (2003) se compararon terneras, añojos y vacas, es decir, animales de edades muy diferentes. Como en el presente estudio se compararon animales de 11, 14, 16 y 48 meses, es probable que si se hubiera podido incluir un mayor número de animales en el estudio se hubieran encontrado diferencias significativas.

La carne de ternera de nuestro experimento presentó, en la maduración al vacío, valores más altos que los encontrados por Sañudo *et al.* (2003). Según, Albertí *et al.* (2010), la carne de ternera necesita un periodo de maduración mayor que otras categorías de más edad, lo que podría explicarse porque al ser una carne de menor masa muscular y estar menos engrasada puede que la canal se enfríe muy rápido y sufra cierto acortamiento por el frío (Locker y Hagyard, 1963). Por otro lado, también podría deberse al menor desarrollo de las enzimas musculares (proteasas) que presentan los animales jóvenes frente a los de mayor edad (Sañudo *et al.*, 2004). Ripoll *et al.* 2016 también encontró que la carne de añejo era más tierna que la de ternera de Serrana de Teruel. La afirmación de que la carne de ternera de este estudio necesitaba un periodo largo de maduración quedó confirmada al observar el descenso de las variables medidas tras 30 días de maduración seca y su similitud con los resultados de Sañudo *et al.* (2003), quien obtuvo valores de 3,9 N/cm<sup>2</sup> para

la compresión al 20% y 36,3 N/cm<sup>2</sup> para el esfuerzo máximo.

En cuanto a la carne de vaca, en la carne madurada al vacío se obtuvieron valores muy similares a los obtenidos por Sañudo *et al.* (2003) para una maduración de 24 días y en la carne madurada en seco son muy similares a los descritos por Barahona *et al.* (2016), quienes señalan valores de 40,1 N/cm<sup>2</sup> para el esfuerzo máximo.

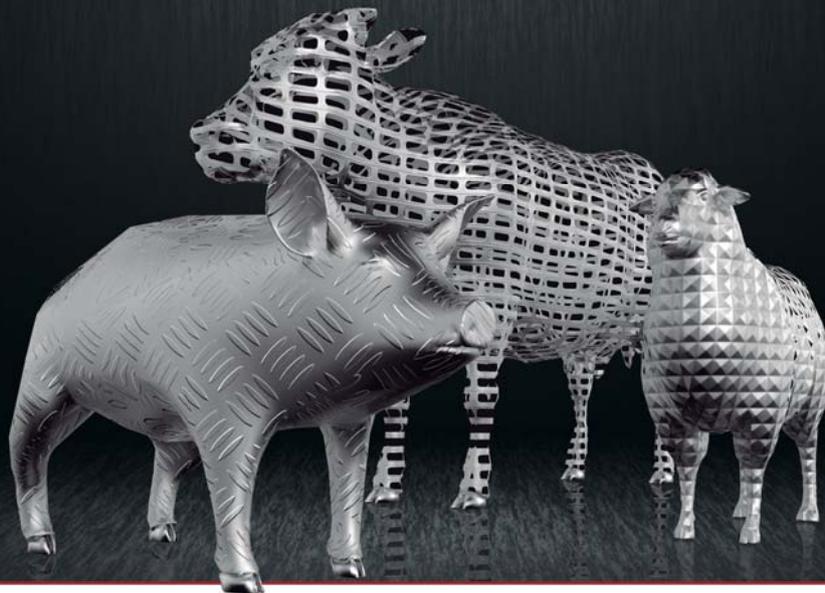
Por su parte, los valores obtenidos para la carne de los añejos madurada al vacío se corresponden con los de otros autores con maduraciones y animales similares. Así, para el esfuerzo máximo, y en carne madurada durante 14 días, Campo (1999) señala valores 45,1 N/cm<sup>2</sup> y Panea (2002) valores de entre 36,3 y 54,9 N/cm<sup>2</sup> y Blanco *et al.* (2010) alrededor de 60 54,9 N/cm<sup>2</sup>. Las medias de los valores para las variables de compresión de la carne madurada en seco resultaron similares a las obtenidas por Panea *et al.* (2016), Campo *et al.* (2000) y Sañudo *et al.* (2003).


**MG**

## DAMOS VIDA A SUS PROYECTOS.

### MECÁNICAS GARROTXA

Robustez al servicio de la tecnología.



**LÍNEAS COMPLETAS PARA MATADEROS, SALAS DE DESPIECE Y TRIPERÍAS**

DISEÑO Y FABRICACIÓN, FLEXIBILIDAD, ADAPTACIÓN, SERVICIO POST-VENTA,  
STOCK PERMANENTE DE PIEZAS CLAVES.

**WWW.MECGARROTXA.COM**

Carrer Terrassa, 15-25  
17800 OLOT (Girona) SPAIN  
Tel. +34 972 26 07 24  
Fax. +34 972 26 92 72

## VACA

- ¿Raza?
- Hembra
- 48 meses
- ¿Alimentación?
- Maduración total:  
38 días



## TERNERA

- Pirenaico
- Macho
- 11 meses
- Cebo
- Maduración total:  
38 días



## Efecto del tipo (y tiempo) de maduración

No se encontraron diferencias entre tipos de maduración para las variables de compresión (K20 y K80) y tan sólo puede señalarse una tendencia a la significación en el esfuerzo máximo ( $p=0,053$ ). Debe tenerse siempre presente que la carne madurada al vacío había sido madurada antes de congelar y el tiempo de maduración fue distinto en cada tipo de animal. Por lo tanto, los efectos tipo y tiempo de maduración están mezclados. La carne de vaca y la de añojo de pienso se maduraron al vacío durante 25 y 28 días respectivamente y durante 30 días en seco, por lo que es difícil apreciar el efecto de la maduración en estos dos animales. Sin embargo, la carne de ternera se maduró al vacío durante 13 días y la del añojo de pienso durante 7 días, pero la maduración en seco fue también de 30 días, por lo que puede observarse el efecto del tiempo de maduración. Como decimos este efecto fue ligero, pero es mucho más evidente en la ternera que en el añojo de silo. En la ternera, el K20 desciende en un 62%, el K80 en un 38% y la carga máxima en un 48%, es decir, los valores de la maduración seca/tiempo largo son aproximadamente un 50% más bajos que en la maduración al vacío/tiempo corto. En el añojo de silo, el descenso medio fue del 25%.

Que, en general, el tiempo de maduración afectase poco al K20 era de esperar, puesto que los tiempos iniciales de maduración (13 y 7 días) eran ya lo suficientemente largos como para haber afectado a la estructura miofibrilar; así, se ha demostrado que el efecto de la ma-

duración es especialmente patente durante la primera semana Ripoll *et al.* (2016) y aún durante los tres primeros días *post-mortem* (Campo, 1999). En cuanto al K80, que mide la resistencia del tejido conjuntivo, tampoco deben sorprender los resultados. Aunque generalmente se asocia el ablandamiento únicamente con la ruptura de las proteínas pero no con cambios en el tejido conjuntivo, varios autores han demostrado que durante la maduración se produce un cierto grado de proteólisis en este último (Kopp y Valin, 1981; Stanton y Ligth, 1988, 1990; Liu *et al.*, 1994; Nishimura *et al.*, 1995). Por otra parte, se ha sugerido que los proteoglicanos protegen al colágeno del ataque enzimático (Wu *et al.*, 1981) y que van desapareciendo con el transcurso de la maduración (Nishimura *et al.*, 1999).

El efecto de la maduración sobre la textura de la carne está ampliamente demostrado (Panea *et al.*, 2016; Campbell *et al.*, 2001; Sañudo *et al.*, 2003; Panea *et al.*, 2012; Campo *et al.*, 2000) y es posible que con un mayor número de animales en el experimento, también se hubiera encontrado un efecto significativo.

## Microbiología

En cuanto al crecimiento microbiano (**gráfico 2**), puede verse que las cuatro categorías de vacuno se contaminaron en cantidades muy similares y muy altas, tanto por la parte interna como externa del lomo. Sin duda, la parte exterior obtuvo una carga microbiana mayor que la parte interior pero el efecto no llegó a ser significativo ( $p=0,083$ ).

Aunque no se encontraron diferencias estadísticas entre tipos de animales, puede verse en la terne-

# SOLUCIONES AVANZADAS

completas e innovadoras para la industria alimentaria.

Especialistas en diseño, ingeniería, fabricación, instalación y servicio 24 horas/7 días.

- Mataderos
- Aturdido CO<sub>2</sub>
- Recuperación de sangre
- Líneas de despiece y deshuese
- Robotización
- Sistemas logísticos
- Depuración de aguas residuales
- Servicios postventa recambios

Contáctenos para obtener más información:  
+34 932 981550  
info.rui@marel.com  
[marel.com/meat](http://marel.com/meat)



### AÑOJO

- ¿Raza?
- Macho
- 14 meses
- Silo
- Maduración total:  
31 días



3.900\*10<sup>6</sup>



1812



5,7\*10<sup>6</sup>

1812

### AÑOJO

- Pirenaico
- Macho
- 16 meses
- Cebo
- Maduración total:  
37 días



512



7.300\*10<sup>6</sup>

512



512



512



59\*10<sup>6</sup>

512

ra que su carga microbiana en la parte externa fue un ciclo logaritmo superior que la del resto de las carnes. De manera similar, la carga microbiana en la parte interna fue notablemente menor en el añejo de silo.

En todos los casos, los recuentos superaron claramente el límite legal (Reglamento (CE) 2073/2005), que para canales bovinas es de  $10^5$  UFC/g lo cual implica que esta carne no era apta para el consumo.

Los valores encontrados fueron superiores a las recogidas en los trabajos de Ahnström *et al.* (2006), Campbell *et al.* (2001) y Li *et al.* (2013) debido a la diferencia en las condiciones de la cámara frigorífica. Las condiciones de Li *et al.* (2013) fueron muy similares a las del presente estudio ( $2,9^{\circ}\text{C}$  y 91% HR) pero sus valores para la carga microbiana fueron bastante menores que los obtenidos en el presente trabajo debido a que envasó las piezas de vacuno en bolsas específicas para maduración al vacío (*dry ageing bag*) las cuales obstaculizan la entrada de microorganismos. Cabe destacar que aun utilizando las bolsas, los recuentos superaban ligeramente el límite legal ( $1,58 \times 10^5$  UFC/g), ya que los parámetros de temperatura y humedad relativa seguían siendo demasiado altos. Los valores de temperatura y humedad relativa de Campbell *et al.* (2001) y Ahnström *et al.* (2006) ( $2^{\circ}\text{C}$  y 75% HR; y  $2,5 \pm 0,3^{\circ}\text{C}$  y  $87 \pm 2,6\%$  HR, respectivamente), resultaron en cargas microbianas mucho menores ( $10^3$  UFC/g y  $10^4$  UFC/g respectivamente), ya que cuanto más baja es la temperatura más se ralentiza el crecimiento microbiano y cuanto más baja es la HR más rápido se seca la superficie de la

pieza, reduciendo con ello la actividad de agua y dificultando la proliferación de la flora.

En las condiciones de este estudio y según la metodología y material utilizados, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- En las mismas condiciones de maduración, las categorías comerciales de carne de ternera y de añejo no consiguen los mismos parámetros de textura que una carne de vaca.
- La carne de vacuno mejora su terneza tras periodos largos de maduración en seco.
- Las distintas categorías comerciales de vacuno son igualmente sensibles a la contaminación microbiana.
- Durante la maduración en seco, la parte exterior de las piezas de carne se contamina más que la interior.
- Madurar carne de vacuno en cámaras frigoríficas a una temperatura de  $3^{\circ}\text{C}$ , una humedad relativa del 90% y con una velocidad de aire forzado normal, no es suficiente para obtener un producto seguro desde el punto de vista sanitario.
- Para soportar las condiciones de una maduración en seco, la carne debe tener un nivel adecuado de engrasamiento.

### Consideraciones a futuro

Para poder obtener datos fiables y que nos aporten más información se debería repetir el experimento utilizando más animales de cada categoría comercial, variando la temperatura y humedad relativas de la cámara a  $1^{\circ}\text{C}$  y 80% respectivamente y utilizando muestras con el mismo tiempo de maduración. Además debería incluirse el tiempo 1 día de maduración para poder comparar mejor



**SIERRA DESPIECE**

**CORTADORA CULAR**



**SIERRA ESQUINADO**



**CORTADORA CABEZAS**



**BISELADORA JAMÓN**

**ENMALLADORA**



**CUCHILLOS CIRCULARES**

**PISTOLA NOQUEADORA**

Tel.: +34 972 26 82 85

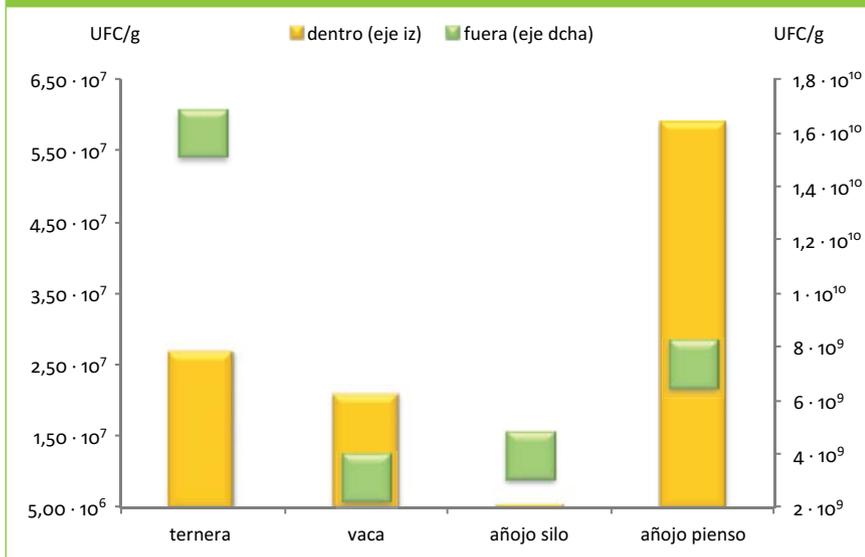
**GOZLIN**

**IBEX INDUSTRIES**

**KENTMASTER**

infoquicial@quicial.com  
www.quicial.com

**Grafico 2. Recuentos microbiológicos en función del tipo de animal y la localización del muestreo**



la evolución de la terneza a los 30 días de maduración seca. Por último, convendría añadir un análisis sensorial (siempre y cuando los resultados del análisis microbiológico sean aptos) para estudiar cómo valorar el consumidor las carnes de ternera y añojo maduras en seco y si consideraría comprarlas.

### Agradecimientos

Trabajo financiado por INIA RTA2013-0046. Al área de laboratorios y análisis del CITA por su apoyo en el análisis microbiológico.

### Bibliografía

- Ahnström, M. L., Seyfert, M., Hunt, M. C., Johnson, D. E. (2006). Dry aging of beef in a bag highly permeable to water vapour. *Meat Science* 73, 674-679.
- Albertí P., Sañudo C., Panea B., Ripoll G., Olleta J.L., Campo M.M., Joy M. Casasús I., Sanz A., Blanco M. (2010). Tipificación de las principales denominaciones de venta de carne de vacuno del mercado español. *euocarne* 184, 83-96.
- Barahona M., Olleta J. L., Sañudo C., Albertí, P., Panea, B., Pérez-Juan M., Realini C.E., Campo M. M. (2016) Effects of whole linseed and rumen-protected conjugated linoleic acid enriched diets on beef quality. *Animal* 10, 709 - 717.
- Blanco, M., I. Casasús, G. Ripoll, B. Panea, P. Albertí and M. Joy (2010). Lucerne grazing compared with

concentrate-feeding slightly modifies carcass and meat quality of young bulls. *Meat Science* 8, 545-552.

- Campbell, R. E., Hunt, M. C., Levis, P., Chambers, E. (2001) Dry-aging effects on palatability of beef *longissimus* muscle. *Journal of Food Science* 66, 196-199.
- Campo, M. M., Santolaria, P., Sañudo, C., Lepetit, J., Olleta, J. L., Panea, B., Albertí, P. (2000). *Meat Science* 55, 371-378.
- Campo, M.M. (1999). Influencia de la raza sobre la textura y las características sensoriales de la carne bovina a lo largo de la maduración. Tesis Doctoral. *Facultad de Veterinaria de Zaragoza*.
- Kopp, J., Valin, C. (1981). Can lysosomal enzymes affect muscle collagen postmortem? *Meat Science* 5, 319-324.
- Li, X., Babol, J., Wallby, A., Lundström, K. (2013). Meat quality, microbiological status and consumer preference of beef *gluteus medius* aged in a dry ageing bag or vacuum. *Meat Science* 95, 229-234.
- Liu, A., Nishimura, T., Takahashi, K. (1994). Structural changes in endomysium and perimysium during postmortem aging of chicken *semitendinosus* muscle-contribution of structural weakening of intramuscular connective tissue to meat tenderization. *Meat Science* 38, 315-328.
- Locker R.H., Hagyard C. J. (1963). A cold shortening effect in beef muscles. *Journal of the science of food and agriculture* 14, 787-793.
- Martí, S., Realini, C. E., Bach, A., Pérez-Juan, M., Devant, M. (2011). Efecto de la edad de castración y sacrificio sobre la calidad de la carne y la canal en terneros cebados intensivamente. *XIV Jornadas sobre Producción Animal*, Zaragoza, España, 17 y 18 de mayo de 2011 pp.670-672.
- Nishimura, T., Hattori, A., Takahashi, K. (1995). Structural weakening of intramuscular connective tissue during conditioning of beef. *Meat Science* 39, 127-133.
- Nishimura, T., Kuzuoka, S., Taneichi, A., Hattori, A. (1999). Change in proteoglycans during postmortem aging of meat. *Proceedings of 45th ICoMST*, 320-321.
- Norma UNE-EN ISO 4833-1:2014 - Microbiología de la cadena alimentaria. Método horizontal para el recuento de microorganismos. Parte 1: Recuento de colonias a 30 ° C mediante la técnica de siembra en profundidad.
- Panea, B. (2002). Influencia de la raza-sistema producti-



**RIBAWOOD**



vo sobre el tejido conjuntivo y la textura de la carne bovina. Tesis Doctoral. *Facultad de Veterinaria de Zaragoza*.

- **Panea, B., Casasús, I., Joy, M., Carrasco, S., Ripoll, G., Albertí, P., Blanco, M.** (2012) Effect of the winter diet on meat quality traits of steers finished on mountain pasture with a barley supplement. *Spanish Journal of Agricultural Research* 10, 1037-1047.
- **Panea, B., Ripoll, G., Sañudo, C., Olleta, J. L., Albertí, P.** (2016). *ITEA* Vol. 112 (3), 286-300.
- **Parrish, F.C., Boles, J. A., Rust, R. E., Olson, D.G.** (1991) Dry and wet aging effects on palatability attributes of beef loin and rib steaks from three quality grades. *Journal of Food Science* 56, 601-603.
- **Perry, N.** (2012) Dry aging beef. *International Journal of Gastronomy and Food Science* 1, 78-80.
- **Reglamento (CE) n° 2073/2005** de La Comisión de 15 de noviembre de 2005 relativo a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios.
- **Ripoll, G., M. Blanco, P. Albertí, B. Panea, M. Joy, I. Casasús** (2014). Effect of two Spanish breeds and diet on beef quality including consumer preferences. *Journal of the Science of Food and Agriculture* 94, 983-992.
- **Ripoll, G., P. Albertí, J. Álvarez-Rodríguez, I. Blasco, A. Sanz** (2016). Body size, carcass and meat quality of three commercial beef categories of 'Serrana de Teruel' breed. *Spanish Journal of Agricultural Research* 14,604-617.
- **Ripoll, G., I. Casasús, C. Albertí, A. Sanz** (2016). Efecto de la inmunocastración sobre la calidad de canal y carne de terneros añejos en función de su peso vivo. *XX Congreso de medicina bovina*, Santiago de Compostela, España, ANEMBE.
- **Sañudo C., Macié E. S., Olleta J.L., Villarroel M., Panea B., Albertí. P.** (2004). The effects of slaughter weight breed type and ageing time on beef meat quality using two different texture devices. *Meat Science* 66, 925-932.
- **Sañudo, C., Monsón, F., Panea, B., Pardos J.J., Olleta J.L.** (2003). Estudio textural de la carne de vacuno. I. Análisis instrumental. *ITEA*, Vol. Extra n° 24. Tomo I, 28-30.
- **Smith, G. C., Culp, G. R., Carpenter, Z. L.** (1978) Post-mortem aging of beef carcasses. *Journal of Food Science* 43, 823-826.
- **Stanton, C., Light, N.** (1988). The effects of conditioning on meat collagen. Part 2. Direct biochemical evidence for proteolytic damage in insoluble perimysial collagen after conditioning. *Meat Science* 23, 179-199.
- **Wu, J.J., Dutson T.R., Carpenter, Z.L** (1981). Effect of postmortem time and temperature on the release of lysosomal enzymes and their possible effect on bovine connective tissue components of muscle. *Journal of Food Science* 46, 1132-1135. **e**

## FABRICACIÓN INNOVACIÓN Y DESARROLLO

P.I. San Miguel - C/ Albert Einstein 2  
50830 Villanueva de Gállego (ZARAGOZA) - ESPAÑA  
comercial@ribawood.com  
Tel. +34 976 443 300 - Tel. +34 976 185 825

# Halal, un mercado regulado y en expansión

La certificación Halal no solo permite llegar a los consumidores musulmanes residentes en la Unión Europea, sino que abre la puerta a los mercados de mayoría musulmana como Indonesia, Arabia Saudí o Malasia. Como muestra de la importancia del mercado Halal se espera que en el año 2021 alcance un valor de 3 billones de dólares.

**César Calvar**

Departamento de Comunicación del Instituto HALAL  
[comunicacion@institutohalal.com](mailto:comunicacion@institutohalal.com)



rísticos. En el mundo hay 1.700 millones de musulmanes y las proyecciones demográficas prevén que para 2030 serán ya más de 2.200 millones, todos ellos potenciales consumidores de productos Halal e impulsores de una demanda creciente de bienes y servicios producidos conforme a la ley islámica. España, por sus vínculos con el mundo árabe y musulmán, y por ser el séptimo exportador mundial de alimentos y el tercer receptor mundial de turistas extranjeros, podría aprovechar ese tirón en beneficio propio.

Cualquier empresa puede vender bienes o servicios en el mercado Halal, siempre que esté debidamente certificada por una entidad de certificación Halal acreditada.

**E**l mercado Halal representa una excelente oportunidad para las empresas españolas del sector agroalimentario, así como para las de otros sectores a los que también alcanza el concepto Halal, como son el de los productos cosméticos o el de los servicios tu-

El proceso que han de seguir las empresas para lograr la certificación pivota sobre una regulación cada vez más estricta y exigente, que emana fundamentalmente de las normas y estándares de producción –muchas veces con rango de ley– que establecen las entidades de acre-

ditación Halal de los países de mayoría musulmana.

Estas entidades suelen depender de organismos públicos, estando adscritas en la mayoría de los casos a ministerios como el de Sanidad o Asuntos Religiosos. De las que están en funcionamiento, las más importantes son: JAKIM (Malasia), EIAC (Emiratos Árabes Unidos), MUI (Indonesia) y MUIS (Singapur). Otros países como Egipto, Argelia, Pakistán o Arabia Saudí están en proceso de crear las suyas.

El trabajo de las entidades de acreditación Halal tiene dos vertientes: por un lado, la de regular mediante normas específicas el funcionamiento del mercado Halal dentro de sus propias fronteras y, por otro, la de acreditar a entidades de certificación Halal extranjeras, para que así éstas puedan expedir en sus países de origen los certificados que necesitan las empresas para poder exportar mercancías o prestar servicios Halal en los Estados de mayoría musulmana en los que se encuentran estas entidades de acreditación Halal.

*Las oportunidades que ofrece el mercado Halal son infinitas. Se espera que el gasto en productos y servicios Halal crezca hasta los 3 billones de dólares en 2021*

Por ejemplo, si un productor español quiere vender en Malasia carne de bovino –producto Halal estrella de España, con un incremento en las ventas del 90% entre 2012 y 2014–, necesita que su mercancía llegue al país certificada por una entidad que cuente con la acreditación que concede JAKIM. Esa certificación garantiza que los artículos han sido producidos y etiquetados conforme a la normativa Halal vigente en el territorio malasio.



Especialistas en  
transporte de  
temperatura controlada

Excelencia en Servicios Logísticos  
[www.universalgloballogistics.com](http://www.universalgloballogistics.com)





## Cómo lograr la certificación

Para lograr este certificado, las empresas interesadas deben dirigirse a una entidad de certificación Halal acreditada, que somete a la compañía a dos auditorías para garantizar que cumple con los estándares Halal desarrollados por las entidades de acreditación Halal.

La primera de esas auditorías es documental, consiste en una revisión sobre el papel de las cuestiones relativas al proceso productivo.

La segunda es una visita de los auditores de la entidad de certificación Halal acreditada a las instalaciones de la compañía. Ya sea un matadero, una fábrica de productos lácteos, dulces o cremas para la piel, los auditores comprueban, entre otras cosas, que el sacrificio ritual se efectúa correctamente (en el caso de los mataderos) y que en el proceso de producción no se utilizan determinados insumos o materias primas y no existen líneas de producción mixtas, para evitar contaminaciones cruzadas. Si la empresa cumple, es decir, si el proceso de producción de la misma respeta los estándares Halal de las entidades de acreditación Halal, la entidad de certificación Halal acreditada le expide el certificado y ya puede empezar a producir, etiquetar y exportar a estos países de mayoría musulma-

na que cuentan con entidad de acreditación Halal. De lo contrario, no podrá hacerlo y perderá la oportunidad de beneficiarse de este mercado en crecimiento.

El proceso es muy riguroso en sus condiciones, que no siempre son las mismas para cada país. Por ejemplo, la entidad indonesia de acreditación (MUI) exige la presencia en los mataderos de un supervisor externo que verifique que el sacrificio ritual se ha hecho correctamente. Malasia, por su parte, prohíbe la presencia de explotaciones de cerdo en cinco kilómetros alrededor de los mataderos para prevenir así una posible contaminación cruzada. Arabia Saudí e Irán envían inspectores propios a revisar los centros de producción una vez las empresas han obtenido la certificación Halal.

## La ventaja española

Las empresas españolas aspirantes a entrar en el mercado Halal tienen una ventaja: la existencia de pocas entidades de certificación Halal en relación con otros países. Francia, por ejemplo, cuenta con más de 30 entidades, pero ninguna de ellas aglutina todas las acreditaciones Halal existentes, lo que obliga a las compañías a tener que obtener varias certificaciones, con el sobrecoste que ello conlleva, para poder exportar a todos y cada uno de los países islámicos.

En España operan varias entidades de certificación Halal, como Halal Food & Quality o el Instituto Halal. Por el momento, sólo ésta última, con sede en Córdoba, dispone de todas las acreditaciones Halal existentes, lo que la convierte en la única entidad de certificación Halal española capaz de emitir una certificación válida para exportar a todo el mundo islámico, con los

ahorros de tiempo y dinero que ello conlleva para las empresas.

Las oportunidades que ofrece el mercado Halal son infinitas, a juzgar por las previsiones: según Thomson Reuters, se espera que el gasto en productos y servicios Halal crezca hasta los 3 billones de dólares en 2021. Estos datos dan idea de la gran oportunidad de negocio —y, por consiguiente, de creación de empleo— que para España supone el mercado Halal. Corresponde a las empresas decidir si les conviene lanzarse a esta aventura. **e**



# ENCUENTRE LAS EFICIENCIAS QUE AÚN NO PUEDE VER.

Hay más en sus instalaciones de lo que parece; Las fábricas y la maquinaria se están volviendo más inteligentes y se convierten en ricas fuentes de datos. Con el conocimiento adecuado, esta información se puede usar para maximizar su eficiencia, seguridad alimentaria y rentabilidad.

Por eso hemos desarrollado los Servicios Basados en el Conocimiento de Diversey®. Al monitorizar eficazmente sus procesos de higiene e interpretar los datos, nuestros servicios le permitirán optimizar aún más el rendimiento de sus procesos, el mantenimiento preventivo, el rendimiento de producto y la gestión de los recursos.

Los servicios basados en el conocimiento de Diversey pueden ayudarle a dar una nueva mirada a sus procesos, incluyendo la limpieza de superficies abiertas, sistemas CIP, limpieza de llenadoras, lavado de botellas, sistemas de aire comprimido y lubricación de cintas transportadoras.

Obtenga más información en [sealedair.com/diverseykbs](http://sealedair.com/diverseykbs).



# Modificada la guía de la ENSCA sobre higiene y aplicación de los principios del APPCC en la producción de tripa natural

La Comisión Europea ha dado a conocer una reciente modificación de la Guía de Buenas Prácticas para la Higiene y la Aplicación de los Principios del APPCC en la producción de tripa natural. En este artículo les informamos sobre dichos cambios y les mostramos la utilidad de este tipo de medidas.

eurocarne  
redaccion@eurocarne.com



Prácticas para la mejora de la higiene y la aplicación de los principios del APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) dentro de la producción de tripas naturales.

Dicha Guía vio la luz a finales del año 2012 y dimos cuenta de ella en un artículo de comienzos del año 2013 en **eurocarne**.

Desde entonces ha habido diferentes cambios dentro de la legislación comunitaria y también a nivel de I+D que han venido a afectar al sector y a mejorar su actividad.

Por tanto, se hacía necesario recoger una serie de modificaciones en la propia Guía. En este artículo vamos a resumir dichos cambios además mostrar la relevancia del documento para este tipo de industrias cárnicas dedicadas a esta actividad. Esta guía modificada pueden encontrarla en la sección Documentos de **eurocarne** digital.

**L**a ENSCA es la organización europea que defiende los intereses de las distintas organizaciones de productores de tripa natural que hay en la Unión Europea. Al igual que ha ocurrido con otras entidades de este tipo, la Comisión Europea confió en su momento a la ENSCA la preparación de una Guía de Buenas

## Los objetivos de esta Guía

Esta Guía Comunitaria de Buenas Prácticas para la higiene y la aplicación de APPCC en la producción de tripas naturales que se ha modificado, tiene como objetivo ayudar a los productores a implementar y mantener la seguridad en la producción de tripas naturales para embutidos. El objetivo es facilitar a la industria la comprensión y el cumplimiento de los requisitos legales que se expresan en la normativa comunitaria al respecto. No hay que olvidar que la responsabilidad principal de la seguridad en la producción recae en los operadores.

Aunque esta guía es un instrumento voluntario, desde la UE se anima a los productores de tripas naturales a utilizarlos para mantener y desarrollar sus sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos. No obstante, si algunos Estados miembros y/u operadores han implementado estándares más altos y los están aplicando, esta Guía nunca debe ser utilizada para disminuir el nivel de estas normas.

## Principales cambios registrados en la nueva versión

Uno de los puntos que se ha modificado ha sido el capítulo 2 de la guía, el referente a la descripción de los procesos de producción de tripa natural.

El primero de los cambios en este capítulo hace referencia a una serie de comentarios a la definición de tripa natural que se realiza según el Código de Sanidad de los Animales Terrestres de la OIE: “por tripas entendemos intestinos y vejigas que después de la limpieza han sido procesadas a través del raspado, desgrasado y lavado además de haber sido tratadas con sal para su conservación”. Se añaden comentarios a esta definición en los que se establece que los in-

testinos y las vejigas deben provenir de animales de granja tales como los cerdos, las ovejas, cabras, ganado vacuno y caballos.

En la legislación comunitaria no son definidas así y se incluyen dentro de una definición más amplia en la que también entran los estómagos, vejigas e intestinos que han sido sometidos a un tratamiento ya sea su salado, calentamiento o secado después de su obtención y limpieza.

Establece también que la distinción fundamental entre ambas definiciones reside en el uso que se les quiere dar, ya que si se trata de utilizarlo como un envoltorio para otro producto, se les puede aplicar el sa-

  
**LOPEZ RODA, S.L.**

# NATURAL ATTRACTION

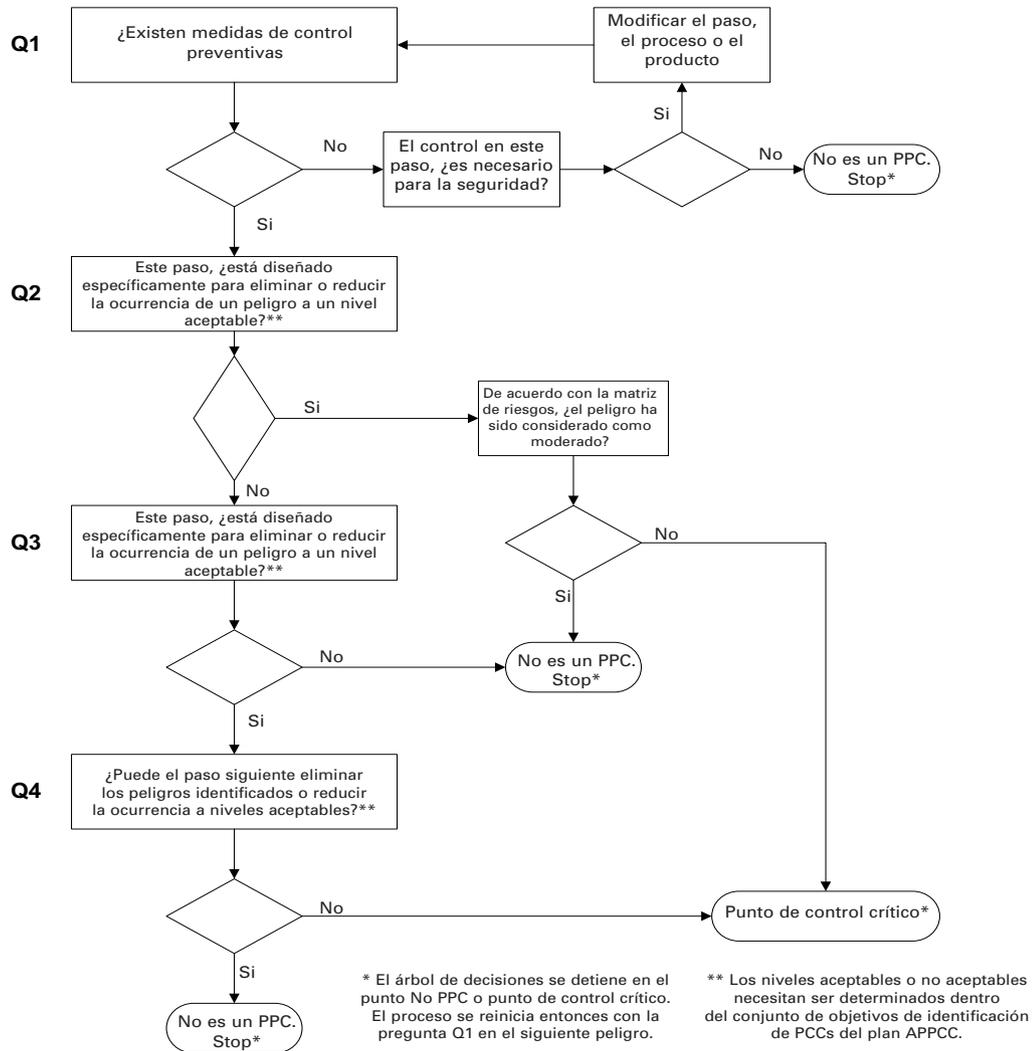
TRIPAS  
NATURALES  
PARA  
EMBUTIDOS

Islas Baleares, 46 bis - nave 3  
Pol. Ind. Fuente del Jarro  
46988 Paterna - VALENCIA - (Spain)  
Tel: 96 132 35 31  
[www.lroda.com](http://www.lroda.com)  
[comercial@lroda.com](mailto:comercial@lroda.com)



 Síguenos  
en Facebook

Figura 1. Árbol de decisiones para identificar puntos de control crítico



Árbol de decisiones del Anexo de la Guía para la aplicación del sistema de APPCC. Código Internacional de Prácticas recomendadas. Principios generales de Higiene Alimentaria. Codex Alimentarius, rev. 4-2003.

### Aplicación del árbol de decisiones a determinados puntos de control críticos

#### PCC 1. Retirada de los MER

- Q1** ¿Existen medidas de control preventivo?  
**A1** **SI.** El ileon de pequeños ruminantes y los últimos 4 metros del intestino delgado así como el caecum y el mesenterio del tracto intestinal de los bovinos son considerados como MER.  
**Q2** ¿Está este paso diseñado específicamente para eliminar o reducir la ocurrencia de un peligro a niveles aceptables?  
**A2** **SI,** el nivel aceptable es 0 tolerancia sin MER en las tripas naturales.  
**Q2-sub** Este peligro, de acuerdo con la matriz de riesgos, ¿puede ser considerado un riesgo moderado?  
**A2-sub** **NO. Punto de control crítico**

#### PCC 2. Salado

- Q1** ¿Existen medidas de control preventivo?  
**A1** **SI.** La aplicación de la sal como conservante, ya sea como sal o salmuera.  
**Q2** ¿Está este paso diseñado específicamente para eliminar o reducir la ocurrencia de un peligro a niveles aceptables?  
**A2** **SI.** Se han definido los niveles aceptables de presencia de bacterias en las tripas naturales.  
**Q2-sub** Este peligro, de acuerdo con la matriz de riesgos, ¿puede ser considerado un riesgo moderado?  
**A2-sub** **NO. Punto de control crítico**

#### PCC 3. Periodo de salado

- Q1** ¿Existen medidas de control preventivo?  
**A1** **SI.** Junto al uso de la sal como conservante, el tiempo mínimo de exposición a suficientes cantidades, ya sea de sal o de salmuera, se define en 30 días.  
**Q2** ¿Está este paso diseñado específicamente para eliminar o reducir la ocurrencia de un peligro a niveles aceptables?  
**A2** **SI.** Se han definido los niveles aceptables de presencia de bacterias en las tripas naturales después de 30 días de salado.  
**Q2-sub** Este peligro, de acuerdo con la matriz de riesgos, ¿puede ser considerado un riesgo moderado?  
**A2-sub** **NO. Punto de control crítico**

lado directamente o el secado tras el salado por lo que el producto se podrá calificar como una tripa. Sin embargo, si el uso que se quiere dar no es el de tripa como envoltorio sino el de un ingrediente más, también se le podrán dar otros tratamientos que cambiarán sus propiedades y características haciendo que no pueda utilizarse como tripa.

Este último punto no es contemplado en esta Guía por lo que se centra más en las tripas naturales y su utilización en la producción de embutidos.

En el capítulo 2 de esta guía también se ha establecido un apartado específico para la importación de tripas en el que se especifica que estas deben haber sido sometidas a un tratamiento de limpieza, raspado y salado durante 30 días. Si los veterinarios oficiales encargados de los controles en los terceros países pueden confirmar que el tratamiento de salado de las tripas ya se ha hecho con anterioridad en un establecimiento autorizado, este puede dar el visto bueno para que sea exportado a la UE atendiendo a las normas establecidas en la Decisión 2003/779/EC. De esta forma no hay necesidad de volver a salar las tripas por 30 días antes de que sean enviada a la UE.

Otro de los puntos que se ha añadido en este segundo capítulo de la guía hace referencia a la descripción de los MER (Materiales Específicos de Riesgo) referentes a determinadas partes del tracto intestinal del ganado ovino, caprino y vacuno y que no pueden ser utilizados para la alimentación humana.

Se permite la importación de tripas de ganado bovino cuando proceden de países con un riesgo de EEB mínimo o controlado atndiendo a la Decisión 2007/453/EC de la Comisión. En este caso también se podrán importar tripas de ovino y caprino.



El siguiente cambio significativo en esta guía lo encontramos en el Anexo III en el que se hace referencia al árbol de decisiones para identificar los puntos de control críticos. En concreto, se han añadido una serie de preguntas y respuestas para facilitar la toma de decisiones sobre si estamos ante uno de estos puntos o no. En la **figura 1** podemos ver el esquema de este árbol así como las preguntas y respuestas.

Finalmente, el Anexo V, debido a los cambios vividos a lo largo de las últimas modificaciones de la legislación también se ha visto sometido a distintos cambios dentro de esta Guía. **e**



*Tradición y calidad para sus productos*

# Situación actual del etiquetado nutricional en el mundo

En el presente artículo recogemos el resumen ejecutivo del informe sobre la situación global del etiquetado nutricional en el año 2017. Elaborado por EUFIC, el Consejo Europeo de Información de Alimentación, este estudio analiza la legislación vigente en los diferentes países y cómo conseguir en el futuro mejorar la percepción por parte de los consumidores.

euocarne

redaccion@euocarne.com



El etiquetado nutricional es la provisión de información sobre la nutrición contenida en los productos alimentarios individuales. Se aplica más comúnmente a los alimentos y bebidas envasados, pero también en otros formatos.

Las variables incluyen: el tipo y número de nutrientes etiquetados, la referencia de valores utilizados, si la información aparece en la parte delantera del paquete (*front of pack* - FOP) o trasera (*back*

*of pack* - BOP) y si la etiqueta proporciona alguna orientación interpretativa al consumidor.

El aumento del sobrepeso y la obesidad han centrado la atención de los políticos hacia la provisión de información nutricional, ya que es considerada como un instrumento importante en la promoción de hábitos alimenticios más saludables.

En algunos países, las regulaciones gubernamentales para el etiquetado nutricional existen desde hace mu-

**E**UFIC, Consejo Europeo de Información de Alimentación, es una organización sin ánimo de lucro formada en 1995 que analiza información sobre alimentación y salud con base científica. Entre sus trabajos, realiza anualmente un estudio sobre la situación actual del etiquetado nutricional a nivel global. En las siguientes páginas recogemos el resumen ejecutivo del informe correspondiente al año 2017.

chos años; pero en otros sólo recientemente se ha elaborado un marco reglamentario para la prestación de dicha información. En ambas circunstancias, facilitar información en la parte delantera del envase se está convirtiendo en una cuestión clave. Mientras tanto, las iniciativas voluntarias de etiquetado nutricional de la FOP también aumentan.

Una serie de estudios realizados en los últimos años han examinado cómo los consumidores perciben y utilizan las etiquetas nutricionales. Este informe actualizado busca ofrecer una visión general de la situación a día de hoy: ¿cuáles son las principales iniciativas adoptadas o en preparación hasta la fecha? ¿Cómo trabajan? ¿qué dicen los diferentes actores? ¿qué muestra la investigación? Los principales objetivos eran los siguientes:

- Ofrecer una instantánea completa y actualizada de la situación en todo el mundo.
- Evaluar las investigaciones y las experiencias prác-

ticas hasta la fecha e identificar ejemplos de mejores prácticas.

- Resaltar las tendencias emergentes y las deficiencias de conocimiento restantes.
- Sugerir maneras de avanzar, particularmente con respecto a la investigación.

### Instantánea de las tendencias mundiales

En el plano nacional, los países pueden agruparse en dos categorías basadas en sus reglamentos estatutarios sobre el etiquetado nutricional de la BOP:

#### 1. Obligatorio

Aquellos en los que el etiquetado nutricional es obligatorio (Estados Unidos, Canadá, México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay, Estados miembros de la Unión Europea, Rusia, Israel, Miembros del Consejo de Cooperación del Golfo, Ni-

## Destaque sus productos en el lineal con el nuevo etiquetado en C de Dibal

Una de las **soluciones más económicas del mercado.**



Visítanos en:

**meat attraction**  
MADRID 18-20 OCT  
STAND 3D19

\* Equipo de dimensiones reducidas: L2.450 x A900 x H1.850 mm

# DIBAL



CLS-4000  
NUEVO  
ETIQUETADO  
EN C

### Ventajas

- ✓ Mayor superficie de impresión.
- ✓ Mejor ordenación y priorización de la información impresa.
- ✓ Rápida identificación del **producto** en el **lineal** por códigos de colores y denominación.

Solicite más información en: [comercial@dibal.com](mailto:comercial@dibal.com) o conozca la gama completa en: [www.dibal.com](http://www.dibal.com)



Ejemplo de esquema de etiquetado tradicional de "semáforo" en Reino Unido.

La inconsistente presencia del etiquetado nutricional en los alimentos y bebidas han generado un intenso debate en la Unión Europea. Un proyecto de investigación financiado por la UE, FLABEL, concluyó que en los 27 Estados miembros de la UE y Turquía, el 85 % de los productos de cinco categorías de productos llevaban etiquetas BOP y el 48 % llevaban etiquetas FOP. El 84 % de los productos mostraron información en tablas o líneas, mientras que sólo el 1 % muestra logos de salud.

Entre los esquemas FOP, las Cantidades Diarias Recomendadas (GDA) y las alegaciones nutricionales son las más extendidas,

pero tanto la prevalencia del etiquetado y el tipo de etiqueta varía según el país. Una situación similar se ha detectado en Asia, con una amplia variedad de formatos de etiquetado y una tendencia emergente hacia la estandarización, particularmente en países de la ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático). A este respecto, las directrices del Codex Alimentarius son utilizadas como base.

## 2. Voluntarios

Aquellos que proveen pautas patrocinadas por el estado que deben ser seguidas voluntariamente (Venezuela, Turquía, Suiza, Marruecos, Líbano, Jordania, Singapur, Brunei, Myanmar, Vietnam, Kenya, Mauricio y Sudáfrica). Definen qué nutrientes deben ser incluidos y sobre qué base, pero el etiquetado no es obligatorio a menos que exista una alegación por salud o nutrición en casos especiales.

## Obligación de etiquetado nutricional

En los últimos años, la tendencia mundial ha sido un etiquetado nutricional obligatorio, independientemente de si hay o no una alegación. De hecho, el Codex Alimentarius en 2012 destacó que el etiquetado debería ser obligatorio incluso en ausencia de alegación alguna. Además, muchos países que tenían un enfoque voluntario con respecto al etiquetado nutricional han adoptado medidas para hacer obligatorio el etiquetado nutricional. Estados Unidos, China, Japón, Indonesia, Filipinas, Vietnam, Nigeria y Arabia Saudí se han movido en esta dirección.

Entre los esquemas FOP, las Cantidades Diarias Recomendadas (GDA) y las alegaciones nutricionales son las más extendidas,

## Normalización de las etiquetas FOP

Una variedad de etiquetas FOP han sido lanzadas por la industria, asociaciones y organizaciones no gubernamentales (ONG), lo que ha llevado a considerar la necesidad de armonización de las etiquetas FOP.

Un reglamento de la UE adoptado en 2011 armoniza el etiquetado nutricional, pero permite a los Estados miembros de la UE promover formas de expresión y presentación. Los Estados miembros aprovechan estas disposiciones para establecer a nivel nacional las etiquetas FOP voluntarias respaldadas por el gobierno. Sin embargo, las preocupaciones sobre el impacto de tales formas adicionales de expresión en el Mercado único de la Unión Europea, y entre ellas, la etiqueta de semáforo británica, está bajo escrutinio por parte de la Comisión Europea. Tras la decisión de Francia de clasificar el valor nutricional de los productos basándose en valores de 100 g/ml utilizando una paleta de cinco colores que van desde verde a rojo y las letras A a E, se ha planteado la preocupación sobre la pro-

liferación de las etiquetas nutricionales y sus posibles efectos negativos en el Mercado Único. Se ha sugerido además que se notifique este esquema a la Comisión Europea, dándole a ésta y a otros Estados miembros tiempo y oportunidad para expresar objeciones. De acuerdo con el Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, la Comisión debe evaluar formas de expresión adicionales para finales de 2017. Su evaluación probablemente se basará principalmente en las fórmulas adoptadas en Reino Unido y Francia, aunque actualmente se están considerando etiquetas con códigos de colores también en Irlanda, Portugal y Polonia.

Los Países Bajos, por el contrario, han optado por alejarse de la utilización de símbolos de salud en el envasado para proporcionar la información nutricional a través de aplicaciones para *smartphone*. La creciente importancia de las nuevas tecnologías tampoco ha pasado desapercibida a nivel de la UE, con el director

general de Sanidad e Inocuidad de los Alimentos de la Comisión Europea, Xavier Prats Monné, tomando nota de alternativas para el etiquetado más allá del envase, debido al avance de las nuevas tecnologías.

El etiquetado FOP también ha sido un tema destacado en Asia durante años. En mayo de 2011, Tailandia se convirtió en el primer país en introducir etiquetas obligatorias FOP, que inicialmente se aplicaban a cinco categorías de *snacks*, pero posteriormente se extendió a todos los *snacks*, chocolate, productos de panadería y otras categorías.

También en 2011, Corea del Sur fue el primer país asiático en instaurar recomendaciones tipo etiquetas de “semáforo” voluntarias para la comida de los niños.

El 25 de mayo de 2012, la Oficina del Primer Ministro anunció su intención de introducir progresivamente el semáforo obligatorio en el etiquetado de *snacks* y bebidas, lo que habría convertido a Corea en el primer país en el mundo en hacerlo. Desde entonces,



## Alto Rendimiento de Etiquetado

ES 9600 Soluciones Innovadoras de Etiquetado en Formatos C y D de alta precisión.

ESPERA. One step ahead.

[www.espera.com](http://www.espera.com)

ESPERA IBERICA S.A.

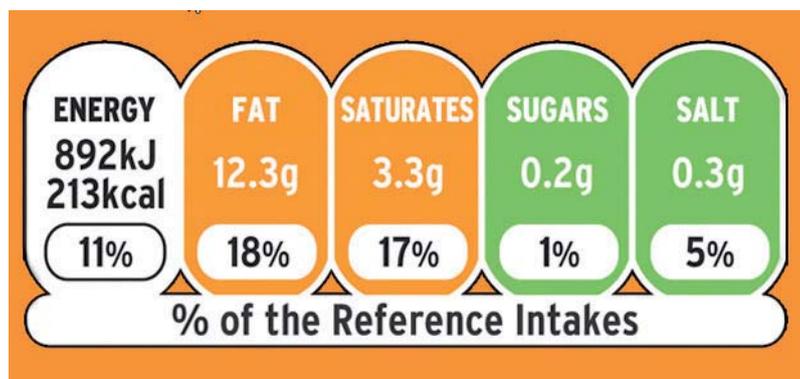
C/Fresadora 2  
Pol. Ind. Santa Ana  
28522 Rivas Vaciamadrid

Teléfono: +34 916 666 778  
[espera@esperaiberica.es](mailto:espera@esperaiberica.es)



VISÍTENOS  
EN EMPACK  
Hall 9  
Stand F43-45  
Madrid 7-8 Nov.





Etiqueta GDA (Cantidades Diarias Recomendadas).

han presentado dos proyectos de ley a la Asamblea Nacional, pero su revisión se ha retrasado. Mientras tanto, otros países asiáticos (Singapur, Tailandia y Malasia) han optado por el símbolo de *Healthier Choice* (Elección más sana), mientras que Filipinas ha introducido su propio logo “Wise Eat” (que podríamos introducir como “Come con inteligencia”). Una declaración de advertencia se utiliza en Indonesia, mientras que Sri Lanka ha introducido una etiqueta roja para bebidas con alto contenido de azúcar. Las etiquetas con códigos de colores también podrían ser introducidos en India.

Dada esta proliferación de etiquetas en el continente, surgió una iniciativa regional de ASEAN apoyada por la Asociación de Alimentos y Bebidas de Asia (AFBA) y la Industria de Alimentos de Asia (FIA) que tenía como objetivo introducir un nivel de coherencia mediante la aplicación de las directrices de etiquetado de FOP y de GDA de FoodDrinkEurope.

Las etiquetas nutricionales FOP han sido aprobadas o implementadas por otros países como Australia, Nueva Zelanda, Chile, Venezuela, Colombia, Sudáfrica o Israel. Las consideraciones clave son si se deben hacer etiquetas FOP obligatorias o si debe hacer énfasis en la calidad nutricional. A este respecto, Australia y Nueva Zelanda, por ejemplo, han optado por un sistema de clasificación por estrellas, combinado con un icono de nutrientes en la composición, y aplicado voluntariamente.

Otros países han optado por utilizar semáforos u otros códigos de color. Un proyecto de ley en Sudáfrica incluye los requerimientos para instaurar un sistema con semáforos para la energía en azúcar, grasa, grasa saturada, sodio total o sal equivalente.

Mientras tanto, otros países de la región, como Nigeria, Zimbawe y Zambia, han introducido diversas medidas de logos de salud.

Israel también está buscando etiquetas con códigos de color negativo (rojo) para productos con altas canti-

dades de azúcar, grasas saturadas y sodio y una etiqueta positiva (verde) para los productos de conformidad con las recomendaciones del Ministerio de Salud. La etiqueta roja se aplicará en tres etapas, comenzando el 1 de enero 2018, el 1 de enero de 2019 y el 1 de enero de 2020, con criterios más estrictos cada año y se acompañarán de una declaración de advertencia.

“Alto en...” y otras declaraciones de advertencia están ganando popularidad en América del Sur, donde ya están en vigor en Chile, Perú y Venezuela y bajo consideración en Colombia.

Por el contrario, México optó por GDA y Ecuador por un color, mientras que Argentina está considerando etiquetar los menús.

Si bien la mayoría de los países a nivel mundial han optado por la FOP voluntaria, las etiquetas en México, Ecuador, Chile y Perú son obligatorias, lo que aumenta aún más la incoherencia entre requisitos de etiquetado en la región.

En Estados Unidos, la prioridad de la FDA era revisar el Panel de Información Nutricional (PFN) sobre la balanza de recomendaciones sobre las etiquetas FOP. La reforma se ha completado y los cambios incluyen la modificación del tamaño de las porciones, la visualización de calorías e incluyendo las cantidades de azúcares añadidos.

Las declaraciones para las bebidas azucaradas no se han realizado a nivel nacional, pero sí se han propuesto a nivel estatal en California, Hawaii, Nueva York, Washington y Vermont, y en las ciudades de Baltimore y Maryland.

## El camino a seguir

El debate sobre el esquema de etiquetado nutricional más adecuado es probable que continúe en el futuro.

EUFIC considera que sería útil más investigación para alimentar estas discusiones.

Los gobiernos, las ONG, los fabricantes de alimentos y la distribución deben analizar qué esquema podrían preferir los consumidores, por qué razones y cómo ciertos esquemas pueden afectar al comportamiento de compra. Aunque ya se podrían extraer algunas conclusiones sobre estas cuestiones, no existe consenso entre las partes interesadas en el camino a seguir. La evidencia sobre el impacto de los diversos esquemas sobre el comportamiento de compra y, por lo tanto, sobre su eficacia para ayudar a los consumidores a to-

mar decisiones equilibradas, también es limitada, en parte debido a la relativa novedad de orientación interpretativa en el mercado.

En la UE, la cuestión de cómo afecta el etiquetado nutricional al comercio en el mercado único es probable que permanezca en el orden del día. Por lo tanto, puede esperarse la estandarización de las etiquetas FOP a pesar de la creciente proliferación de sistemas de etiquetado.

El creciente uso de las nuevas tecnologías también está ganando relevancia con aplicaciones de etiquetado FOP para *smartphones* en varios países. Su adopción por los reguladores ha sido lenta hasta ahora, pero si su popularidad crece, sería útil la investigación sobre su eficacia.

A pesar del amplio desacuerdo sobre la eficacia de las diferentes etiquetas FOP, existe un amplio acuerdo en que el Panel de Información Nutricional de la BOP es una herramienta útil para ayudar a los consumidores a informar de las opciones alimentarias saludables en

la UE, Estados Unidos, Canadá, Hong Kong, Malasia, Australia, Nueva Zelanda e India.

Además, el etiquetado nutricional está cada vez más presente en América del Norte y del Sur y en Asia.

En Estados Unidos, desde el 5 de mayo de 2017 es obligatorio el etiquetado de menús en cadenas de restaurantes con más de 20 localizaciones, que vendan sustancialmente los mismos artículos y que operen bajo el mismo nombre

Por su parte, en Nueva York se requiere que las cadenas de restaurantes con 15 o más localizaciones en todo el país muestren un icono de advertencia en los menús con alto contenido de sal (más de 2,3 g de sodio).

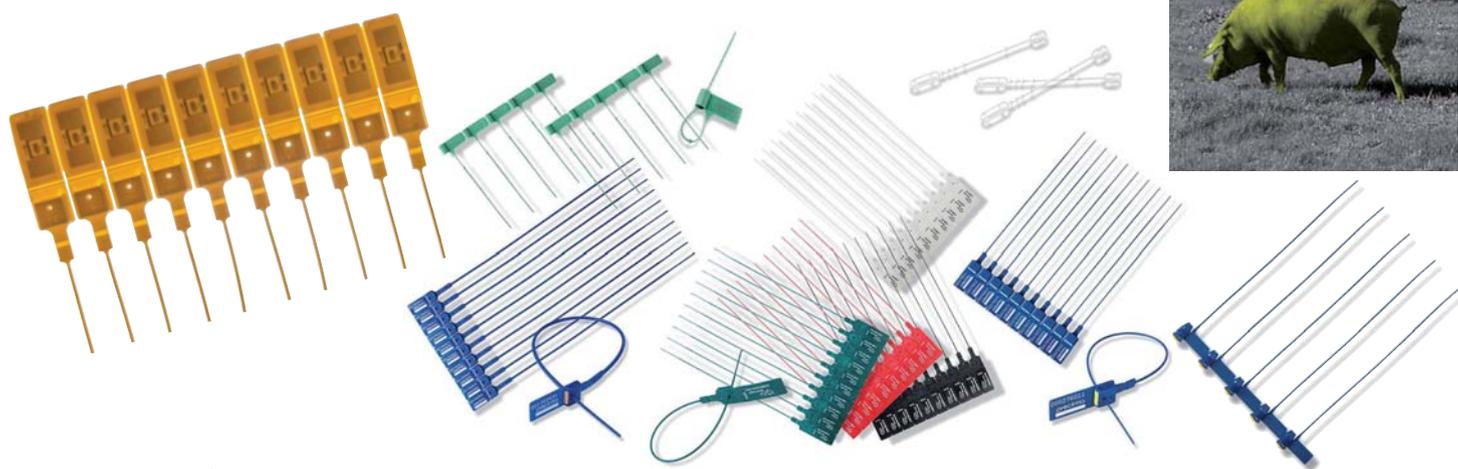
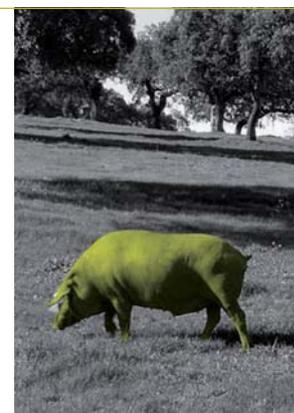
Mientras que la investigación del etiquetado del menú ha proliferado en los últimos años, sólo unos pocos estudios analizan el efecto sobre el comportamiento de compra en situaciones reales.

Hay evidencia de un efecto de las decisiones de los padres, pero se precisa de más investigación al respecto



## PRECINTOS Y ETIQUETAS

PARA LA SEGURIDAD Y  
TRAZABILIDAD DE JAMONES  
Y EMBUTIDOS



Calidad, garantía y diseño



Cumple todas las normativas alimentarias



Productos pre testados que aportan trazabilidad, usabilidad, seguridad, identificación y evidencia de la no manipulación.

**PRECINTIA INTERNATIONAL, S.A.**

T: +34 93 544 64 50 [marketing@precintia.com](mailto:marketing@precintia.com)

y, sobre todo en los países con una mayor proporción de comidas fuera del hogar.

El uso de etiquetas de información nutricional está aumentando en determinadas regiones geográficas, mientras que las diferencias basadas en género, edad, ingresos y niveles educativos persiste. Para entender estas diferencias y fortalecer el impacto de las etiquetas en las decisiones de compra, deben considerarse las siguientes cuestiones: ¿qué factores subyacen en la motivación del consumidor para hacer cambios en sus dietas? ¿cómo puede una información nutricional apropiada y significativa en la etiqueta de los alimentos ayudar a que los consumidores interesados puedan actuar según su deseo para mejorar sus dietas?

## Conclusiones finales

- Las decisiones políticas deben basarse fundamentalmente en la ciencia: la pregunta clave es qué sistema de etiquetado ofrece la mejor orientación desde el punto de vista nutricional.

- La política de etiquetado nutricional debe tener en cuenta el uso de los consumidores, la interpretación y la comprensión de los diferentes etiquetados nutricionales, pero en última instancia es el impacto en las decisiones de compra y las dietas en general lo que importa. La sección de investigación del consumidor de este informe mostró que estos factores varían de un país a otro entre los diferentes segmentos de consumidores. La mayoría de las investigaciones sobre FOP se han realizado en Europa, América del Norte, Australia y Nueva Zelanda. Dada la gran variedad, se precisa de estudios en otras regiones para comprender mejor las actitudes de los consumidores locales.

*Los diferentes sistemas de etiquetado pueden ser igualmente eficaces para ayudar a los consumidores a identificar opciones saludables, pero las etiquetas estandarizadas son imprescindibles*

Las investigaciones de Sudáfrica destacan la necesidad de establecer como prioridad la realización de estudios en países en desarrollo. En algunos países, como EE.UU., la investigación sobre la preferencia de los consumidores ha sido llevada a cabo por los minoristas en sus propios productos, pero no está disponible públicamente.

Parece ser necesario, pues, seguir investigando acerca de las siguientes cuestiones:

- ¿Los consumidores toman decisiones alimentarias más saludables a largo plazo como resultado de haber utilizado la información nutricional en los envases de los alimentos? Algunas investigaciones han demostrado que los consumidores entienden y saben utilizar con precisión las etiquetas nutricionales que deberían elegir. Sin embargo, los estudios realizados en Europa no han demostrado que afecten a las decisiones de compra. Poco se sabe sobre si los consumidores optan por opciones saludables a largo plazo debido a la información nutricional. Si las opciones de alimentos más saludables no se deben a la información nutricional, debe identificarse a qué otros factores puede deberse.

- ¿En qué medida los esquemas de etiquetado nutricional deben estar estandarizados para ayudar a los consumidores a cultivar hábitos alimenticios saludables?

La investigación realizada sugiere que los diferentes sistemas de etiquetado pueden ser igualmente eficaces para ayudar a los consumidores a identificar opciones saludables, aunque para muchos grupos las etiquetas estandarizadas de nutrición son imprescindibles. Será interesante analizar en el futuro el impacto de la regulación de la Unión Europea y del sistema de estrellas australiano.

- ¿Cómo se puede ayudar mejor a los consumidores a hacer un buen uso de las etiquetas nutricionales para hacer mejores elecciones? La investigación sugiere que el buen uso de las etiquetas nutricionales está relacionado con una mejor nutrición y que el uso general está vinculado al interés por la salud. ¿Cómo se puede motivar a los consumidores a comer de manera más saludable? Quién debe ser el objetivo principal de las iniciativas de información y educación, los padres o los hijos?

- ¿Es útil el etiquetado nutricional más allá de los alimentos envasados? El debate sobre el etiquetado en los menús se ha trasladado más allá de Estados Unidos a Canadá, Reino Unido, Irlanda, Australia y Asia. La investigación del etiquetado de los menús ha aumentado en los últimos años, pero se limita principalmente a Europa, América y Australia. Aunque los estudios no han emitido un mensaje sobre la elección de alimentos, algunos han intentado explorar el efecto en las comidas que ofrecen los restaurantes. Se necesitan más investigaciones para determinar si el etiquetado nutricional tiene impacto en la elección de alimentos. **e**



SEGURIDAD ALIMENTARIA



EFICIENCIA OPERATIVA



EXTENSIÓN DE LA VIDA ÚTIL



CREACIÓN DE MARCA

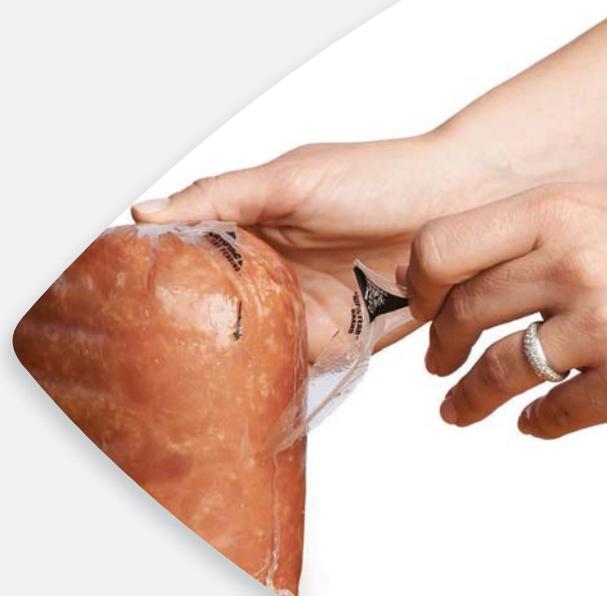
# DESCUBRA LA SEGURIDAD SIN COMPLICACIONES.

Un procesador industrial sabe lo importante que es la seguridad alimentaria y la de los empleados en todas las etapas de la producción. Por esa razón, la División Food Care de Sealed Air ofrece soluciones de envasado que garanticen la máxima seguridad, como la bolsa al vacío Cryovac Grip & Tear®. Su sistema de fácil apertura hace innecesario el uso de herramientas cortantes, reduciendo así los riesgos de contaminación cruzada y de daños. Basta con tirar de las lengüetas y listo.

Descubra de qué manera esta innovación puede ofrecer resultados cuantificables para su negocio.

Para más información, visite:  
[sealedair.com/cryovac-grip-tear-small-tab-es](http://sealedair.com/cryovac-grip-tear-small-tab-es)

**CRYOVAC®**



# El futuro de la tecnología de envase, en Empack 2017

Los días 7 y 8 de noviembre el pabellón 9 de Feria de Madrid acogerá una nueva edición de Empack, feria de tecnología del *packaging* que se celebra junto a Logistics & Distribution, Packaging Innovations y Label & Print, ferias dedicadas a logística, novedades y etiquetado e impresión respectivamente.

**David Barreiro**

**eurocarne**

[dbarreiro@eurocarne.com](mailto:dbarreiro@eurocarne.com)



Los días 7 y 8 de noviembre se celebrará en Madrid una nueva edición de Empack, feria dedicada al sector de tecnologías de envasado. Concebida como una feria de stands modulares en sus inicios, primando la actividad comercial a la imagen, con el paso de las ediciones ha ido readaptando su modelo de negocio a las propias necesidades de las empresas expositoras. El certamen ha ido creciendo año a año y ya en la pasada hubo más de 400 expositores, en una feria que

suele tener una gran acogida tanto por la actividad propiamente expositiva como por las jornadas paralelas.

“The future of the technology of *packaging*” (El futuro de la tecnología del *packaging*) es el lema en esta edición de la feria en la que se espera un incremento del número de expositores y para la que la organización está trabajando en una completa agenda de actividades paralelas para conocer a fondo la situación actual y tendencias de futuro del sector.

## Cuatro salones temáticos

Si bien Empack es la feria principal, se celebra de manera conjunta con otros tres salones dedicados a sectores cercanos, todos ellos en el pabellón 9 de Feria de Madrid.

El primero de ellos es **Label&Print**, que no tenía entidad propia en pasadas ediciones pero que, debido a su crecimiento, la organización de la ferias, easyFairs, estima que en esta ocasión merece “una habitación propia”.

Las nuevas tecnologías y desarrollos digitales de impresión y de etiquetado se están consolidando como unas de las principales áreas de crecimiento dentro de la industria del embalaje y serán las que se presenten en este espacio.

Label&Print ofrece una oportunidad privilegiada, ya que aun siendo un evento emergente, se beneficia de la coyuntura con Empack, al ser el escaparate perfecto para dar a conocer productos y servicios de impresión y etiquetado.

El otro salón que tendrá lugar de manera paralela a Empack será **Logistics & Distribution**, dedicado, como su nombre indica a la logística y la distribución, asuntos de vital importancia sobre todo en el sector alimentario.

Por último, se celebrará **Packaging Innovations**, un espacio de gran atractivo porque incluirá los envases más novedosos que se están ofreciendo en la industria gracias a las más avanzadas tecnologías y a la creatividad de los profesionales del sector.

## Actividades paralelas

La feria contará, como es habitual, con una amplia agenda de actividades paralelas, principalmente jornadas técnicas, aunque también demostraciones y presentaciones de los diferentes expositores en sus stands.

En el caso de Empack, el congreso dará inicio el 7 de noviembre con un ciclo de conferencias a cargo de

La solución global de envasado adaptada al sector cárnico.



COSTE MÍNIMO Y ÁGIL IMPLANTACIÓN

AHORRO COSTES OPERATIVOS

ÓPTIMAS CONDICIONES DE CONSUMO

MÁXIMAS GARANTÍAS DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE PRESENTACIÓN

SEGURIDAD ALIMENTARIA



www.nutripack.es  
mail: contact.nutripack.es@proplast-group.com





Victor Küppers ofrecerá la ponencia *Vivir y trabajar con entusiasmo*.

Itene (Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística). Durante toda la jornada se tratarán temas de especial interés para esta industria.

La primera charla, cuyo ponente aún está por confirmar, versará sobre las tendencias en el sector del *packaging*, principalmente para el sector alimentario, que precisa de continua investigación y desarrollo de nuevas tecnologías de envase que mejoren la experiencia del consumidor de cara a obtener no solo un aumento en las ventas, sino también, un mejor aprovechamiento del producto consumible. Este es el reto al que se enfrenta la industria.

Posteriormente, Marta Lara, responsable de plásticos en contacto con alimentos de Itene, hablará sobre la interacción envase-entorno y el futuro de una compra inteligente. El consumidor demanda más información y en este sentido, los envases activos y en sobre manera, inteligentes, vienen a ser un determinante en el proceso de compra. Cómo funcionan estos envases y qué se espera de ellos es lo que se tratará durante esta charla.

Otro tema de gran actualidad es la nanotecnología aplicada a la industria del *packaging*, de la que hablará Alegría Caballero, de Avanzare Innovación Tecnológica, que tratará de responder a preguntas frecuentes con respecto a esta materia tales como ¿realidad o ficción? ¿están la nanotecnología y los nanomateriales preparados para su incursión en la industria alimenticia?, ¿está preparada la sociedad para ello?

Una ponencia de gran interés práctico es la que ofrecerá posteriormente Mercedes Hortal, directora de I+D y desarrollo de negocio de Itene, que expondrá que innovar no es una opción, es un requisito indispensable

en nuestro tiempo, pero, ¿cómo poder innovar y no destinar todo el presupuesto a ello? En la ponencia explicará por qué innovar es importante, qué beneficios traslada al negocio, y las diferentes opciones para hacerlo posible.

A continuación tendrá lugar una mesa redonda a cargo de Ecoembes sobre innovación, sostenibilidad y ahorro de costes.

Para concluir la jornada, habrá dos ponencias más, una de Jesús Vizoso, de Murrelektronik Spain que hablará sobre periferia descentralizada y, por último la charla de Ana Belén Noriega, de PEFC España. PEFC es la mayor fuente global de *packaging* de madera y cartón sostenible. Cada vez más *brand owners*, *retailers* y grandes distribuidores de productos de consumo apuestan por envases

certificados PEFC como la mejor forma de dar a conocer su compromiso con la sostenibilidad y eliminar riesgos en la cadena de suministro. La certificación PEFC asegura el origen sostenible del *packaging* de madera y cartón, y ayuda a fabricantes de envases y embalajes a posicionarse en unos mercados globales que están demandando garantías de sostenibilidad. Sobre estas cuestiones tratará la ponencia de Noriega.

La segunda jornada, el 8 de noviembre, se iniciará con una ponencia sobre nuevos materiales renovables a cargo de Tuomas Mustonen, de Paptic Ltd.

A continuación, tendrá lugar un ciclo Aimplas, el Instituto Tecnológico del Plástico, acerca de soluciones sostenibles en envases.

La jornada continuará con otras conferencias como la de Ángel Martínez acerca del reciclado más eficiente de envases peligrosos o la de Ana Urdiales, de Repsol, que presentará el nuevo servicio de asesoramiento en seguridad alimentaria de la compañía, que surge como respuesta al creciente interés y preocupación de sus clientes en esta materia. Con esta acción, que se suma a otras como la expansión de la gama libre de ftalato a copolímero heterofásicos, productos cada vez más libres de sustancias con LME, y la próxima certificación como petroquímica en esquema FSSC 22000, la empresa afianza su compromiso con un mercado de *packaging* alimentario más seguro y exigente.

A continuación, tendrá lugar una ponencia sobre impresión digital como elemento clave para mantener la ventaja competitiva a cargo de HP.

## El entusiasmo de Victor Küppers

Pero la actividad no será menor en el salón Logistics & Distribution.

Allí, las actividades congresuales se dividirán en dos espacios, la sala Pallex y la sala Pabillex.

En la sala Pallex se tratarán temas como la logística integral, a cargo de Joaquín García Pertierra, de Grupo Vips, quien expondrá lo que ha avanzado su compañía a nivel logístico, todos los servicios que se prestan a los clientes y cómo se liga esto con su estrategia de crecimiento o la innovación en el sector, con la ponencia de Xoán Martínez, de Kaleido, que explicará por qué la logística es uno de los campos más excitantes en el campo de la innovación actual a nivel mundial. Es importante saber qué campos de la logística en particular están cambiando, gracias a qué tecnologías, a qué enfoques y por quién son liderados. Pero igual de importante es saber qué hay de real en esos intentos, qué es moda, y qué es realidad. Así, Martínez responderá a preguntas como ¿cuáles son las tecnologías que efectivamente están cambiando las cosas? ¿cuáles son de calado y cuáles no? ¿cuáles podemos asumir en nuestro día a día, que nos permitan generar negocio?

El día siguiente, en esta sala, Luis Solís, de IE Business School explicará las razones por las que el modelo de logística y *supply chain management* se ha convertido en la columna vertebral para la competitividad empresarial a nivel global. Su evolución y futuro desarrollo está impactado por una serie de factores que incluyen la tecnología, la sostenibilidad, el cambio climático, el terrorismo, y la geopolítica entre otros. En esta presentación se exploran algunos de los escenarios, retos y oportunidades y sus implicaciones para los directivos y sus empresas.

Finalmente, en la sala Palibex, también a lo largo de dos jornadas de intensa actividad, se tratarán temas como soluciones disruptivas en el mundo de la logística, la omnicanalidad o la realidad virtual y mixta, considerada la siguiente frontera del *e-commerce*.

Pero, sin lugar a duda, el momento más esperado será la ponencia “Vivir y trabajar con entusiasmo” a cargo del prestigioso profesor, formador y conferenciante Victor Küppers. La sesión incidirá en la importancia de las actitudes personales y en la necesidad de vivir con alegría, pasión y entusiasmo. El ponente desarrollará ideas prácticas y útiles para gestionar la propia actitud y liderar la actitud de las personas de nuestros equipos para que mantengan la motivación, ilusión, el optimismo y la alegría en su trabajo diario. **e**  
[www.easyfairs.com/empack-madrid-2017](http://www.easyfairs.com/empack-madrid-2017)



# U5

**RENDIMIENTO** que trasciende a todas las expectativas del envasado al vacío de alimentos.

**ROBUSTEZ** avalada por su tecnología de larga vida útil.

**PRECISIÓN** extrema en aspiración y niveles de presión.

**EFICIENCIA** hasta un 12% más rápido en tiempos de evacuación.

U5, la bomba óptima para su **PRODUCTIVIDAD**.



**BEST IN CLASS**  
EN SOLUCIONES DE VACÍO

[www.becker-iberica.com](http://www.becker-iberica.com)

# Celebrada una reunión de la Red de Excelencia Consolider-Procarse: Productos Cárnicos Seguros, Nutritivos y Saludables

El Edificio de Estudios Universitarios de Investigación de la Universidad de Extremadura en Cáceres acogió el pasado 5 de octubre una reunión de la Red de Excelencia Consolider-Procarse. De los principales temas allí tratados les ofrecemos un resumen en este trabajo.

**Jesús Cruz**  
eurocarne  
[jcruz@eurocarne.com](mailto:jcruz@eurocarne.com)



Mesa inaugural de la jornada.

La Red mantiene reuniones periódicas con el objetivo de actualizar y avanzar aquellos proyectos en los que se está trabajando con el objetivo de divulgar los resultados que se obtienen, así como las necesidades del sector cárnico en materia de I+D+i. En esta reuniones participan tanto centros de investigación como organizaciones cárnicas y las propias empresas que buscan encontrar respuestas a sus necesidades de I+D.

**D**urante los últimos años el ámbito del I+D+i en la industria cárnica española ha estado centralizado en muchos de los puntos destacados dentro del programa Consolider, del que participaban centros de investigación y universidades. Una vez que este finalizó, su sucesora es la Red de Excelencia Procarse que ha sido un foro de flujo e intercambio de ideas entre los grupos de investigación especializados en productos cárnicos conjuntamente con las asociaciones y empresas del sector, para hacer frente a los retos que puedan comprometer el desempeño rentable y sostenible de la actividad económica del mismo.

En los tres años y uno de prórroga que ha durado la Red Procarse ha llevado a cabo diversas reuniones y la celebrada en la Universidad de Extremadura ha sido la última de ellas. En todas ellas ha habido ocasión de compartir los avances que se realizaban en I+D por parte de los equipos de la Red junto al aprovechamiento de su colaboración para poner en marcha nuevos proyectos sobre temas relacionados.

Para inaugurar el evento intervino **Juan José Córdoba**, investigador de la Universidad de Extremadura, quien describió lo que se iba a tratar en la jornada y a continuación intervino **Margarita Martínez**, decana de la Facultad de Veterinaria. Esta destacó como la ca-

lidad de los productos cárnicos está ligada al trabajo de los veterinarios, ya que es la profesión sobre la que se asienta el éxito actual de industria cárnica en nuestro país, según aseguró.

Siguió el turno de palabra para **Manuel Núñez**, coordinador de la Red, que agradeció los esfuerzos hechos para la organización de la reunión en apenas un mes y destacó que en las presentaciones del día se trataría de resumir la actividad de los grupos durante los últimos 4 años.

A continuación, **Manuel Adolfo González**, vicedirector de Investigación de la Universidad de Extremadura destacó que en el ámbito del I+D que se está trabajando en Extremadura se está buscando la excelencia pero, mientras tanto se están dando pasos relevantes, al igual que las investigaciones que ha realizado la Red Procarse. Apostó por ir más allá de la transferencia tecnológica con las empresas y empezar a cooperar con ellas en el desarrollo de innovaciones para así ganar las dos partes. Acabó destacando que el modelo de trabajo de la Red Procarse debería exportarse a otros ámbitos.

### Calidad nutricional y seguridad química de los productos cárnicos

El primero en intervenir en esta sesión de la reunión fue **Francisco Jiménez Colmenero**, del Instituto de Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Nutrición del CSIC, que habló sobre el desarrollo y la aplicación de sistemas de estructuración de aceites con el objetivo de obtener productos cárnicos funcionales, un tema que ha centrado buena parte de su trayectoria científica. También actuó como moderador en esta primera mesa del día.

Los sistemas de estructuración y/o estabilización de aceites que ha utilizado en su investigación se han basado en los agentes de car-

ga, emulsiones gelificadas y oleogeles. Con este tipo de técnicas se puede llegar a obtener nuevos productos que tengan formulaciones en las que se utilicen sustitutos de grasa animal con una composición en la que estén presentes diferentes concentraciones de aceites y de otros compuestos con beneficios para la salud. Pueden tener una consistencia similar a la grasa animal y una disposición estructural, con implicaciones tecnológicas y propiedades funcionales, que les puede hacer apropiados para su empleo como sustitutos de la grasa.

Jiménez Colmenero estima que son atractivos para su uso en la reformulación de los productos cárnicos actuales y así convertirlos en funcionales.

## Aquimisa, TU LABORATORIO DE CALIDAD

Analizamos productos, realizamos controles de calidad, consultoría, auditoría y asesoramiento medioambiental. Además, queremos ser parte de tu calidad aportando nuestro I+D+i, los mejores equipos y profesionales con **más de 20 años de experiencia trabajando para las principales marcas de la industria cárnica.**



Acreditaciones Aquimisa S.L.





• A tu servicio dondequiera que estés •



 /  / Tel. 923 19 33 43 / [aquimisa@aquimisa.com](mailto:aquimisa@aquimisa.com)
www.aquimisa.com



De izquierda a derecha, Francisco Jiménez Colmenero, del Instituto de Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Nutrición del CSIC, Diana Ansorena, investigadora de la Universidad de Navarra, Mario Estévez, del Instituto Universitario de la Carne y Productos Cárnicos (Iprocar) de la Universidad de Extremadura, José Benedito, investigador de la Universidad Politécnica de Valencia, y Antonio Silva, director del Servicio de Análisis e Innovación en Productos de Origen Animal (SiPA) de la Universidad de Extremadura.

Siguió el turno con **Diana Ansorena**, investigadora de la Universidad de Navarra, que describió como están trabajando en su centro con aceites de algas para modificar el contenido graso en hamburguesas, de tal manera que pueden llegar a declararse como productos bajos en calorías (2,6%). En las pruebas sensoriales realizadas, las hamburguesas con este ingrediente presentaron puntuaciones similares a las hamburguesas control bajas en grasa.

También explicó otro trabajo desarrollado para adicionar un extracto de ramas de *Prunus spilosa L.*, cuyo fruto se utiliza en la elaboración del pacharán, al ingrediente de bajo valor energético que se elabora con aceite de alga para darle mayor capacidad antioxidante e incrementar sus potenciales beneficios dentro de las hamburguesas finalmente elaboradas. Todas estas pruebas fueron sometidas a análisis sensoriales y fueron aceptadas en el panel de catadores.

**Mario Estévez**, miembro del Instituto Universitario de Investigación de Carne y Productos Cárnicos (IProCar) de la Universidad de Extremadura, explicó los proyectos que han desarrollado durante estos tres años de Red Procarse. Estas han estado relacionadas con nuevas técnicas de evaluación sensorial, la caracterización de productos cárnicos mediante análisis de imágenes de resonancia magnética (MRI), la oxidación de proteínas en alimentos y su impacto sobre la salud, la caracterización y uso de antioxidantes naturales en carne y productos cárnicos y la microencapsulación de aceites de pescado y su posible uso en productos cárnicos para mejorar su perfil lipídico.

En el caso de la utilización de MRI, esta se puede utilizar junto a otras técnicas de este tipo para obtener datos y determinar características físico-químicas y atributos sensoriales de lomos ibéricos de forma no destructiva con un alto grado de fiabilidad.

Respecto a los antioxidantes, el grupo de Estévez destaca el contenido bioactivo de determinadas frutas

y de diferentes variedades de bellota con efectos antioxidantes y antimicrobianos sobre la carne, mejorando su calidad y ampliando su vida útil. Específicamente en el caso del cerdo ibérico, su alimentación con subproductos del aguacate mejora la calidad y estabilidad de los lípidos de la carne fresca y protege las proteínas y pigmentos frente al estrés oxidativo.

Siguió el turno de **José Benedito**, de la Universidad Politécnica de Valencia, que habló sobre la caracterización de problemas de textura en jamón curado, específicamente la pastosidad, y cómo se pueden corregir mediante un tratamiento térmico. Para ello trabajan con ultrasonidos de baja potencia.

Este defecto en los jamones curados es un problema ya que puede provocar rechazo en los consumidores y también impide a veces el loncheado de los productos de cara a su posterior venta en envases al vacío. Benedito destacó que es un problema que atiende a varios parámetros y no hay un único indicador.

Explicó una técnica desarrollada por su grupo en la que aplican un calentamiento durante 300 minutos a 50°C y se aplican ultrasonidos de baja potencia. De esa forma logran reducir la pastosidad. Reconoció que los perfiles de volátiles se ven algo afectados pero no tanto como para rechazar el producto en las pruebas sensoriales. Finalmente destacó que para prevenir la pastosidad en el producto final se podría utilizar la aplicación de ultrasonidos como una forma de evaluación del producto.

**Antonio Silva**, director del SiPA de la Universidad de Extremadura, quien hizo una exposición en torno a los servicios que presta este centro de investigación. Estos están sobre todo centrados en ayudar a las empresas a mejorar la calidad de sus productos y también a ayudarles de cara a la exportación, ya sea certificando sus productos o aplicando las medidas oportunas para lograr abrir nuevos mercados. También se visitaron estas instalaciones ubicadas en la Universidad.

## Seguridad microbiológica de productos cárnicos

La segunda de las sesiones de la reunión de la Red Procarce estuvo dedicada a las investigaciones desarrolladas por los centros en relación a la seguridad alimentaria. Moderó esta mesa **Miguel Ángel Asensio**, investigador y catedrático de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Extremadura, y la primera en intervenir fue **Margarita Medina**, investigadora del INIA.

Durante su exposición, Medina relató trabajos desarrollados por el INIA para reducir la presencia de *Listeria* y para ello citó el proyecto financiado por las interprofesionales Interporc y Asici.

Específicamente destacó un proyecto llevado a cabo para reducir la presencia de *Listeria* en jamón curado loncheado a través del uso de extracto de enterocinas producidas por bacterias lácticas y aceites esenciales, o con timol en jamón curado contaminado con *L. monocytogenes* y conservado a 4°C en temperatura de refrigeración y 12°C en condiciones de abuso de temperatura durante 30 días.

Estas enterocinas tienen una gran capacidad anti-*Listeria* en este rango de temperatura, ya que el timol y los tratamientos con altas presiones hidrostáticas aplicados de forma individual no fueron tan eficaces.

Sin embargo, la actividad antimicrobiana de los tratamientos combinados de enterocinas y altas presiones es sinérgica por lo que puede ser interesante su uso en

caso de contaminación durante el procesado del jamón, ya que las características físico-químicas, el color y la textura del producto final apenas si se ven afectadas por este tratamiento.

A continuación, **Manuela Fernández**, profesora e investigadora del Grupo de Tecnología de los Alimentos de Origen Animal de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense de Madrid, explicó dos proyectos que tienen desarrollo. El primero de ellos aborda el efecto que tiene la reducción de la concentración de nitrificantes en la seguridad alimentaria y el aroma de los productos cárnicos crudo curados.

En su opinión es algo que se puede llegar a hacer, pero que también puede tener una serie de riesgos asociados por lo que recomendó llegar a hacer esta reducción de nitrificantes siempre y cuando se den unas condiciones muy determinadas en el producto y en su posterior comercialización.

Otra de las investigaciones aborda la aplicación de pulsos de luz para reducir la presencia de *Listeria monocytogenes*. Se trata de una técnica no térmica que inactiva microorganismos y que tiene más éxito en el caso del jamón ibérico que en el serrano. Esto se debe a la estructura del producto, ya que la grasa infiltrada podría haber dificultado la penetración del inóculo, en fase acuosa en la estructura muscular y las bacterias estarían menos protegidas de la luz que en el caso del jamón serrano en el que la grasa tiene otra distribución, sobre todo en la zona subcutánea.



Más información en [Betelgeux.es](http://Betelgeux.es)

**B** Betelgeux

Te lo contamos en la Feria MEAT ATTRACTION, stand 3B74

**meat attraction**  
LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

18-20  
Octubre  
2017  
MADRID

COMPROMETIDOS CON UNA HIGIENIZACIÓN EFICIENTE  
Y RESPETUOSA CON EL MEDIO AMBIENTE



Arriba, de izquierda a derecha, Margarita Medina, investigadora del INIA, y Manuela Fernández, investigadora de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense. Abajo, a la izquierda, Juan José Córdoba, de la Universidad de Extremadura, junto a Juan Raul Lucas López, investigador de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense.

Como conclusión estima que la técnica de pulsos de luz puede ser interesante para la higienización superficial de jamón curado loncheado, especialmente en el caso del ibérico. En serrano quizás no sea tan eficaz pero se puede utilizar en caso de recuentos no muy elevados ajustando la dosis para minimizar los posibles cambios sensoriales.

**Juan José Córdoba** intervino para hablar sobre el biocontrol de *L. monocytogenes* a través de mohos productores de micotoxinas en derivados cárnicos curado madurados. Esta estrategia la han llevado a cabo mediante la evaluación y selección de levaduras con acción anti *Listeria* y también hidrolizados protéicos de huevo y lactosuero con similares características.

En sus conclusiones, Córdoba estima que en el caso de *L. monocytogenes* la combinación del descenso del contenido en agua, la aplicación de cultivos protectores de levaduras e hidrolizados protéicos hipoalérgicos puede ser de gran utilidad en el caso del jamón curado loncheado. Por otro lado, han desarrollado un método de PCR en tiempo real múltiple que ayuda a serotipar cepas de *L. monocytogenes* aisladas en las industrias cárnicas, ayudando a caracterizar posibles fuentes de contaminación.

Por último, para frenar el desarrollo de mohos tóxicos y micotoxinas, recomienda combinar mohos no tóxicos, levaduras y bacterias lácticas en un

cultivo protector mixto, además de usar condiciones ambientales más adecuadas para favorecer el desarrollo de estos microorganismos.

En el caso de **Juan Raul Lucas López**, investigador del Departamento de Nutrición, Bromatología y Tecnología de los Alimentos de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense de Madrid, se analizó cómo la tecnología de los electrones acelerados al jamón curado deshuesado y determinadas piezas cárnicas reestructuradas puede ayudar a eliminar la presencia de *Listeria monocytogenes*.

Es un tratamiento que es más eficaz en los jamones con un menor espesor. El tratamiento siempre lograba disminuciones por encima de 2,39 unidades logarítmicas, lo necesario para lograr el visto bueno en este producto respecto a los países que exigen tolerancia 0. Sin embargo, en espesores por encima de los 10 cm su efecto se puede ver comprometido. Respecto al análisis sensorial, no hubo diferencias significativas sobre las muestras de control.

La última de las ponencias corrió a cargo de **Andrés Otero**, del Departamento de Higiene y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de León que habló de un trabajo desarrollado para determinar la importancia de determinados hábitats en la cría de ganado ovino y caprino como fuente de cepas patógenas de *E. coli*, tipos STEC y EPEC, y valorar la posible peligrosidad de dichas cepas a través de diferentes pruebas.

Según Otero, la leche de oveja puede ser una fuente de *E. coli* STEC, pero la prevalencia de los serotipos implicados en enfermedades en humanos es baja. Pese a esto el ambiente de las explotaciones ovinas puede ser un reservorio de STEC.

### Conclusión de la jornada y de la Red Procarse

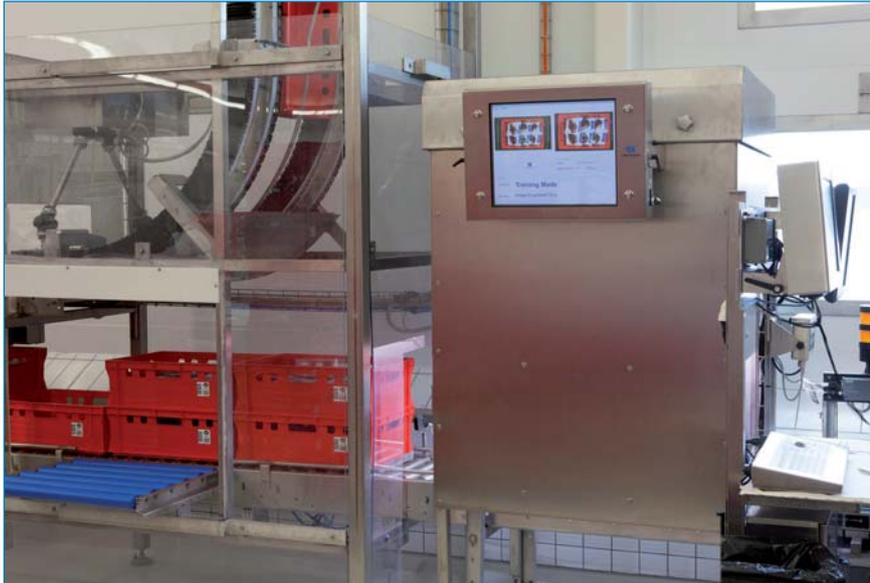
Finalmente, Manuel Núñez, como coordinador de la Red Procarse, se dirigió a los asistentes y se mostró satisfecho de los resultados de los 4 años que ha durado destacando que ha supuesto más de 66 proyectos y contratos tanto con empresas como con la administración. Además ha llevado a la publicación de más de 186 artículos científicos en revistas de impacto internacional junto a 64 ponencias en diferentes congresos y jornadas y 4 patentes de producto.

Todos estos resultados le hacen sentirse orgulloso y destacó que pese a que la Red finalice su periodo de trabajo lo importante son los vínculos que se han creado entre los grupos de investigadores de cara a posibles colaboraciones en el futuro. **e**

# Análisis de imágenes industrial - Más eficiencia y rentabilidad para su cadena de producción



Optimice el uso de materias primas, aumente la calidad de sus productos y maximice sus beneficios con las tecnologías de análisis de imágenes innovadoras de CSB.



La práctica diaria refleja una y otra vez que las actividades manuales no sólo son ineficientes y costosas, sino que a menudo también están relacionadas con riesgos de higiene. Las soluciones de análisis de imágenes industrial como herramienta sensorial ofrecen en este contexto enormes ventajas. Pocas peticiones de servicio y una muy alta seguridad de funcionamiento son cualidades que precisamente son decisivas dentro del procesamiento industrial de alimentos.



Un ejemplo de ello es la solución **CSB-Eyedentifier®**: Ésta se usa para la identificación, clasificación y el seguimiento completamente automatizados de artículos a través del análisis de imágenes, y se utiliza, por ejemplo, para la inspección visual automática en la entrada de mercancías o bien en la salida de producción. Si antes los pasos de registro manuales eran necesarios para la identificación, clasificación y el seguimiento de artículos, hoy en día estos procesos pueden ser totalmente automatizados. A diferencia de las pruebas humanas a menudo erróneas, la solución **CSB-Eyedentifier®** asegura una medición de la calidad constante y uniforme. Por lo tanto, esto resulta interesante para muchos sectores cuando se trata de clasificar productos según los niveles de calidad. Su ventaja directa: Incremento de la eficiencia en los procesos y minimización de las tasas de error, ya que el sistema no para. Toda la información relevante sobre el proceso de identificación es documentada, de modo que ésta puede ser analizada en todo momento de forma flexible.

## Otros casos de aplicación del análisis de imágenes industrial:

- Control de calidad completamente automatizado de alimentos.
- Optimización del uso de materias primas y productos.
- Documentación automática de resultados de valoración.
- Identificación automática de artículos en la entrada de mercancías.
- Identificación de artículos de despiece en la salida de despiece.

## FORO MEAT ATTRACTION Pabellón 3 – Feria de Madrid

Workshop – Industria 4.0  
en la industria cárnica  
19 de octubre a las 10:30h  
Pabellón 3 de IFEMA

Temas que abordaremos en el workshop:

### 1. CSB FACTORY ERP®

¿Gestiona su empresa de forma eficiente?

Factory ERP es la respuesta a los requerimientos de la industria 4.0

### 2. Automatización

Soluciones y asesoramiento en automatización. Optimizar sus tiempos de rotación y suministro, reducir los costes y aumentar la transparencia

### 3. CSB Vision

Optimice el uso de materias primas, aumente la calidad de sus productos y maximice sus ganancias con las técnicas de análisis de imágenes

### 4. CSB-Eyedentifier®

Identificación, clasificación y seguimiento totalmente automatizados de artículos.

Visite nuestro stand:  
Pabellón 3 – stand F36





### Transformación digital e industria 4.0 en el sector cárnico

La industria cárnica se encuentra sumergida en la denominada cuarta revolución industrial, un cambio de paradigma que aportará nuevas oportunidades pero que al mismo tiempo conlleva una profunda transformación de las formas de trabajo actuales. La denominada cuarta revolución industrial consiste en un conjunto de tecnologías de la información entrelazadas que incluye, entre otras, el Big Data, sensores, Internet of Things, robótica e Inteligencia artificial (IA).

La industria 4.0 no consiste únicamente en un conjunto de sensores interconectados entre sí y que envían una gran cantidad de datos para ser analizados, sino que la parte más importante es como se trata y se trabaja esta información. Herramientas de análisis de datos como **KaisFS BI** son imprescindibles para poder trabajar con grandes cantidades de datos y transformar estos datos en información de valor. Por otro lado, los avances en IA permitirán en un futuro no muy lejano que los sistemas tomen decisiones sin intervención humana.

Para la industria cárnica la captura de varios parámetros clave mediante sensores inteligentes permite controlar todos los estados de los productos a lo largo de los procesos disponiendo de un mejor control de la trazabilidad y la calidad. Al mismo tiempo, el control de máquinas y sistemas permite mejorar la eficiencia en la producción y las cargas de trabajo.

**KaisFS** dispone de un grupo de trabajo I+D especializado en industria 4.0, que investiga y trabaja en las nuevas oportunidades de recopilación de datos a través de IOT,

procesamiento y análisis de datos mediante **KaisFS BI** y otras herramientas para el sector.

### Control de Costes en la producción cárnica

En un sector globalizado y con rentabilidades cada día más ajustadas, el control de costes y la maximización de beneficios en todas las fases de producción son de vital importancia.

**KaisFS** ha desarrollado un innovador sistema para el control integral de los costes en el proceso productivo. Esta nueva solución permite introducir, auditar y analizar los resultados de la producción, y ver la situación real, los puntos de cálculo y sus estadísticas evolutivas en cada fase. Además, ofrece toda la información necesaria para tomar las mejores decisiones en el momento adecuado.

El sistema trabaja principalmente en precios de referencia de mercado y los costes según distintas variables como secciones, maquinaria, operativa o elementos adicionales.



El objetivo de este sistema C&B (Cost & Benefit Method), que integra tanto el control de Costes como la maximización de Beneficios, es que el cliente esté al corriente de la evolución de los costes y beneficios en los procesos a partir de la planificación simulada y real.



Para más información:

Stand 3E20 - Meat Attraction - 902 929 317 - [info@kaisfs.com](mailto:info@kaisfs.com)

[www.kaisfscarnicas.com](http://www.kaisfscarnicas.com)

BARCELONA: c/ Sabadell, 11 • 08500 Vïc

MADRID: c/ Antequera, 1 • 28807 Alcalá de Henares

## Nuevo enrollamangueras

Quilinox presenta el *enrollamangueras de Ramex*, dotado del nuevo sistema de seguridad que impide el rebobinado accidental sin control de la manguera y de las pistolas para el lavado, protegiendo de este modo a los trabajadores de posibles accidentes causados por la distracción o por la actividad diaria.

Ramex está procediendo también a la búsqueda de nuevos productos, entre los cuales se encuentran la nueva gama de enrollamangueras para agua potable AV1000 y para fluidos alimentarios AvFood1.



También centra su investigación en los equipos para la limpieza, tales como el nebulizador para la higiene y una máquina de espuma para la limpieza obligatoria y cotidiana en la industria alimentaria.

Ramex trabaja tanto en la producción de sistemas de limpieza tradicionales como en sistemas de limpieza innovadores. Ejemplo de ello son los satélites de limpieza, que son independientes en su funcionamiento y pueden trabajar con cualquier presión. Los materiales utilizados son siempre de la mejor calidad y garantía de ejecución profesional. e

[www.quilinox.com](http://www.quilinox.com)

## Calzado de alta protección

En el trabajo realizado en los centros de producción y procesado de alimentos, y concretamente en la industria cárnica, es frecuente la exposición a agentes biológicos como consecuencia de la presencia de microorganismos, siendo uno de los principales riesgos para la salud del trabajo en el sector cárnico las enfermedades infecciosas o parasitarias transmitidas al hombre por los animales o sus productos derivados.

Una de las mayores preocupaciones de este sector es garantizar la seguridad y calidad del producto, salvaguardando al consumidor de las enfermedades transmitidas por alimentos, quedando la seguridad, salud y bienestar del trabajador en muchas ocasiones en un segundo plano.

Conscientes de esta alarmante realidad, y con el objetivo de resguardar al profesional no sólo de los riesgos físicos (resbalones, caídas de objetos, golpes, cortes, atrapamientos, exposición a temperaturas extremas...), sino también de los

citados riesgos derivados de la contaminación microbiana, Panter, fabricante de calzado de seguridad, protección y uniformidad, recomienda su bota de seguridad Fragua Totale V S2 269, calzado específico para la industria alimentaria, que



reúne las últimas innovaciones desarrolladas por Panter en el ámbito del calzado de seguridad, así como avanzadas tecnologías que garantizan protección y confort.

Se caracteriza por contener Panter BioBacter, antibacteriano que no sólo inhibe el crecimiento sino que elimina las bacterias al 99%, todo un avance tecnológico en la fabricación del calzado profesio-

nal. Totalmente efectivo con más de 50 especies diferentes de bacterias entre ellas *Campylobacter* y la *Legionella*, microorganismos que causan el mayor número de enfermedades de transmisión alimentaria en Europa.

Están confeccionadas en piel flor de primera calidad con tratamiento altamente hidrófugo, efectivo frente a las sustancias que degradan el cuero de la bota: suero de la sangre, grasas y aceites de origen animal o vegetal, etc., mientras garantiza los parámetros óptimos de transpirabilidad, además de ser muy resistente al desgarro y de muy fácil limpieza.

Cuenta con suela PU+TPU súper ligera y altamente resistente a grasas y aceites.

La puntera plástica anti-impactos es ergonómica, ligera, no conductora de la electricidad y su plantilla antiestática y antibacteriana proporciona un gran confort y descanso.

Dispone de cierre interior ajustable tipo velcro industrial de alto rendimiento. e

[www.panter.es](http://www.panter.es)

### **Nueva dimensión en el termoformado**

Con la *X-line*, **Multivac** vuelve a definir el termoformado. En Interpack 2017 presentó por primera vez una serie revolucionaria de tecnologías únicas e innovadoras que sientan nuevas bases en el mercado. Gracias a una digitalización total, un completo sistema de sensores y la conexión a la Multivac Cloud, la *X-line* abre una nueva dimensión en cuanto a seguridad del envase, calidad, rendimiento y preparación para el futuro.

El Pack Pilot de Multivac permite un ajuste óptimo de la máquina con apoyo de control. Seleccionando las características del envase, el material del envase y el producto, así como los datos de forma, la máquina se parametriza al crear programas nuevos en el punto de servicio óptimo. De esta forma, se puede usar también sin conocimientos especiales de la aplicación. El Pack Pilot tiene acceso a un amplio conocimiento de expertos que se beneficia de los datos de proceso de más de 1.000



soluciones de envasado nuevas al año. Con el Pack Pilot, la *X-line* genera envases sin pérdidas durante el arranque con la máxima seguridad de envases, una calidad homogénea y la máxima potencia. Esto permite notables ahorros en lo relativo a productos, materiales de envases y tiempos de producción.

La *X-line* dispone de un grado de sensores no alcanzado hasta ahora que permite al Multi Sensor Control registrar todos los subprocesos relevantes. El sistema de sensores calcula permanentemente los más variados valores de proceso en circuitos de mando cerrados, por ejemplo al moldear, evacuar y sellar. Las hormas para moldear y sellar también llevan integradas un Sensor Module electrónico en la

regulación de sensores. Todos los pasos del proceso se combinan de forma óptima, las diferencias del producto y condicionadas por el sistema se compensan automáticamente y si los usuarios realizan ajustes erróneos, estos se detectan e indican automáticamente. La *X-line* funciona siempre en el punto de servicio óptimo gracias al Multi Sensor Control.

La interfaz de usuario Multi-Touch HMI 3 de uso intuitivo es de alta resolución y comparte la lógica de uso de dispositivos móviles muy usados. Hace posible unos procesos de uso simples y seguros y cada usuario puede ajustarla de forma personalizada. Esto incluye derechos de acceso e idiomas diferenciados. **e** [mues.multivac.com](http://mues.multivac.com)

### **Descongelado inteligente**

**Metalquimia** introduce las líneas de descongelación *D-icer 4.0*, el descongelado inteligente, especialmente diseñadas para su conexión a la ciberindustria del futuro y para el descongelado multietapa de productos cárnicos de músculo entero o picados.

La exclusiva tecnología de descongelación *D-Icer 4.0* ideada por Metalquimia combina el control total de los ciclos térmicos de calefacción y enfriamiento con las fases de vacío y los tipos de movimiento de la carne, junto con un enfriamiento final muy rápido y uniforme, garantizan-



do la obtención de una materia prima descongelada de primera calidad (muy recomendable para los proce-

sos de inyección) y de alta seguridad alimentaria, que mejora ampliamente la cadena de valor de dicho proceso.

La Tecnología *D-Icer 4.0* aporta al procesador cárnico una reducción considerable de los tiempos de descongelación, lo que implica una mayor eficiencia y seguridad alimentaria, un menor espacio de instalación, la posibilidad de un crecimiento modular, así como rendimientos de descongelación positivos resultando en unos muy atractivos retornos de la inversión (de 6 a 10 meses dependiendo del número de ciclos/día). **e**

**www.metalquimia.com**

## Nuevas referencias en paletizaje

Nortpalet presentó el año pasado en diferentes ferias internacionales 16 nuevas referencias que junto con las actuales componen un catálogo con más de 50 productos.

Estas nuevas referencias se enmarcan dentro de la gama media, por lo que se trata de palets con una excelente relación calidad precio. Están pensados para su reutilización con un bajo coste, y también para exportaciones o expediciones donde no hay retorno pero que por las características de la carga más pesada o robusta se precisa de un palet con altas prestaciones en vez de los modelos ligeros o “one-way”.

Todos estos productos están fabricados en una sola pieza (monobloque) y están disponibles en varias configuraciones: 9 pies, 3 patines y 5 patines.

Además, y por primera vez, Nortpalet incluye una nueva dimensión que se desmarca de las medidas habituales europeas o industriales con el palet de 1300 x 1100 mm, y que permite dar respuesta a la demanda de ciertos sectores y clientes.

Con todas estas referencias, Nortpalet garantiza la variedad de producto ofreciendo soluciones estándar y adaptadas a las necesidades de sus clientes.

Fundamentalmente, se utilizan dos tipos de palets en la industria cárnica dependiendo del uso logístico:

- Aquellos que son utilizados de forma cautiva dentro

de las plantas de procesamiento y que por tanto nunca salen al exterior, por lo que muchas empresas del sector eligen la gama Clean, cuyo rendimiento, funcionalidad y durabilidad están sobradamente contrastados. Asimismo, es habitual encontrar productores que utilizan la gama Clean para la entrega de producto final a sus clientes



más cercanos en aquellos casos donde existe un circuito cerrado que permite el retorno de los equipos a origen.

• Sin embargo, muchos productores utilizan los palets de la gama Basic de Nortpalet para la entrega de producto terminado al distribuidor o retailer ante la dificultad de muchas empresas del sector de recuperar los palets tras su entrega al cliente, por lo que el coste del equipo ha de ser muy contenido. **e**

[www.nortpalet.com](http://www.nortpalet.com)

## Novedades en marcaje industrial

Segell Express, empresa especializada en marcaje industrial, presenta varias novedades con las que amplía su catálogo de gran interés para el sector cárnico.

Así, acaba de lanzar una nueva *cala para jamones* con mango de nylon que pueden ser personalizadas.

También presenta sus tintas de contacto sin alcohol para uso alimentario, en varios colores como púrpura, rojo o marrón. Sus tintas alimentarias sirven para marcar carne y son homologadas para mataderos. También ofrecen lápiz para marcar carne.



Esta compañía dispone de todo el material que la industria alimentaria precisa para la trazabilidad, diseñan y fabrican precintos de seguridad para

mataderos, industrias alimentarias, transportes, etc.

Además, son especialistas en sellos metálicos, en bronce, aluminio, acero inoxidable con ficha técnica sanitaria y en nylon.

Otro de sus productos es una pistola de etiquetado para navets cárnicos con ficha técnica sanitaria o numeradores clasificadores y *backs* para canales, manuales o automáticos.

Destacan también sus cuerdas para jamones, perchas para jamones o colgadores, entre otros. **e**

[www.segellxpress.com](http://www.segellxpress.com)

### Gama Libre de Campofrío

**Campofrío** continúa apostando por la innovación y presenta dos nuevos productos bajo su nueva marca *Libre*.

Con esta nueva gama, Campofrío da respuesta a los consumidores que cada vez, en mayor medida, buscan productos más naturales: sin conservantes, sin colorantes y sin lactosa.

La nueva gama Libre se presenta en un formato de loncha grande y fina, con la frescura del producto como recién cortado para un mayor disfrute. Está compuesta por dos variedades: *Jamón cocido extra* sin conservantes, fosfatos añadidos, gluten ni lactosa y *Pechuga de pavo* sin conservantes, colorantes, ni soja, libre de gluten y lactosa.

*Libre*, con sus dos nuevas variedades de la más alta calidad, es una apuesta más de Campofrío por los productos saludables, algo que ya inició previamente con las salchichas de pechuga, que fueron muy bien acogidas por la industria, y que son elaboradas con carne blanca, sólo 100 % pechuga de pavo o de pollo y pensadas en los más pequeños de la casa. **e**

[www.campofrio.es](http://www.campofrio.es)



### Escamas de pimentón ahumado en monodosis

**Netasa** acaba de lanzar al mercado su gran novedad para el año 2017: sobres *monodosis de sus escamas de pimentón ahumado La Chinata*. La capacidad del sobre es de 1 g, y por ahora, sólo están disponibles en la variedad Dulce.

Las escamas de pimentón ahumado se presentan como un aderezo perfecto para pastas, pizzas, carnes, salsas y una larga variedad de posibilidades gastronómicas. Están elaboradas con pimientos rojos seleccionados de la cosecha, secados con el método tradicional de La Vera y que, a diferencia del pimentón molido, tan sólo han sido trituradas en pequeñas escamas.

Los sobres, que incluyen la cantidad justa para potenciar el sabor de una ración de 4 personas, se empezarán a comercializar en pequeñas cajas con varias monodosis. Además, la intención de la empresa es firmar



acuerdos de colaboración con empresas que quieran incluir los sobres para condimentar sus productos.

Actualmente, los molinillos de escamas de pimentón ahumado de la firma están presente en las mejores

tiendas de más de 35 países. La firma espera que los sobres ayuden a potenciar las ventas de los molinillos y se vayan introduciendo en más países. **e**

[www.lachinata.es](http://www.lachinata.es)

## Experiencia en certificación

CALICER es una entidad certificadora **líder** en agroalimentación, con una trayectoria impoluta desde 1999, destacando siempre en la actividad de certificación de alimentos y empresas alimentarias.

### ACREDITACIÓN ENAC

Desde 2004 hasta hoy ha conseguido la acreditación en alcances como la certificación de productos ibéricos, jamón serrano, queso, productos sin gluten, la producción integrada de fruta, leche de vaca, o para el protocolo de exportación según el RD 993/2014, aparte de otras.

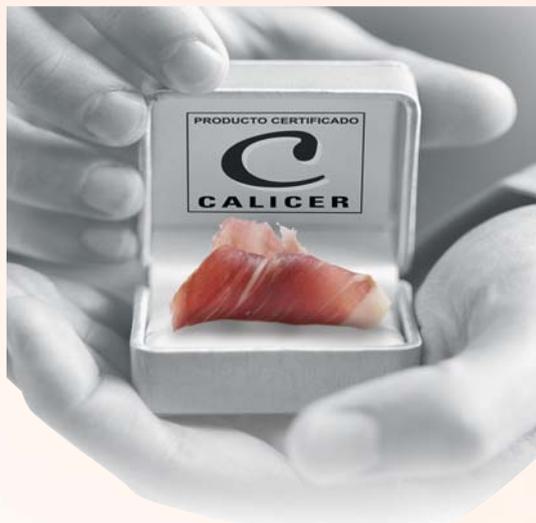
### AUTORIZADA EN TODA ESPAÑA

CALICER dispone de las autorizaciones administrativas necesarias para trabajar, y está presente en todas las CCAA. El último hito conseguido ha sido la acreditación específica al haber certificado a más de 117 empresas tras la autorización del MAGRAMA para actuar como OIC (Organismo Independiente de Control) para la certificación de operadores para la exportación.

### EXPORTACIÓN

Según el Real Decreto 993/2014 que establece el procedimiento y requisitos para la exportación, han dejado de ser válidos los procedimientos anteriores para la inclusión en listas de establecimientos autorizados por terceros países para exportar. Ahora es necesaria la Certificación del SAE (Sistema Auditado de Autocontroles Específicos) para la exportación a la mayoría de los terceros países. Actualmente se exige que se disponga de ese SAE certificado a los establecimientos productores finales que tengan intención de exportar directamente o a través de otros operadores comerciales, cuando el país de destino exija requisitos sanitarios adicionales a los de la normativa de la Unión Europea y/o cuando exija la existencia de una lista específica de establecimientos exportadores autorizados para exportar a dicho país.

La acreditación ante el MAGRAMA por los operadores del cumplimiento de los requisitos de trazabilidad y de sanidad animal



exigidos por el país importador que no sean equivalentes a los de la normativa europea deberá realizarse mediante la presentación del certificado emitido por un OIC (Organismo Independiente de Control) que haya auditado el sistema de autocontroles y verificado que cumple los requisitos exigidos en el citado Real Decreto y el protocolo correspondiente.

Dada la novedad del nuevo sistema establecido y la conveniencia de estar preparados para posibles ventas a terceros países incluidos en esas listas, es recomendable teniendo en cuenta lo ajustado de los plazos, que las diferentes empresas que quieran seguir

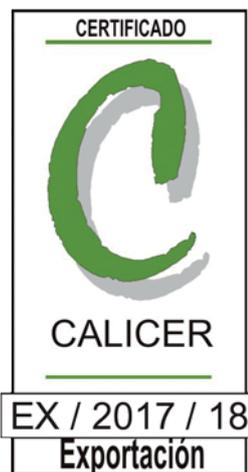
exportando sin interrupción o que deseen comenzar la labor exportadora *implanten el correspondiente SAE en su organización y se pongan en contacto con un OIC acreditado para obtener cuanto antes el correspondiente Certificado.*

### VENTAJAS DE CALICER

La experiencia acumulada desde el inicio de este nuevo sistema de certificación, con más de un centenar de empresas ya certificadas, la demostrada capacidad de CALICER para superar cualquiera de los retos propuestos hasta la fecha, la confianza generada con su forma de actuar, así como la habilidad y capacidad técnica de sus auditores, junto con la seguridad aportada por su experiencia y la seriedad en su quehacer diario, hacen de nuestro trabajo una garantía de conseguir la meta que nuestro cliente se proponga. Unido a la flexibilidad y agilidad en la respuesta hace que trabajar con CALICER sea cómodo, sencillo y permita lograr los objetivos perseguidos en el menor tiempo posible. Un éxito asegurado.

### GENERANDO CONFIANZA Y TRANQUILIDAD

El hecho de disponer de **profesionales cualificados** y con amplia **experiencia** en el sector agroalimentario genera a sus **clientes** la **tranquilidad** del trabajo bien hecho y la **confianza** de que los problemas que puedan surgir serán tratados inmediatamente a fin de resolverlos lo antes posible.



Más información a través de: **CALICER**

Hoces del Duratón 13, 1º Izda • Polígono Industrial El Montalvo II • 37008 SALAMANCA • Tel.: 923 19 22 38

calicer@calicer.com • [www.calicer.com](http://www.calicer.com)

## Productividad, competitividad y reducción de costes en el sector cárnico

**El sector cárnico se enfrenta a retos tan importantes como es el de mantener los márgenes, mejorar la operativa del negocio y, por supuesto, reducir los costes**

Desde IFR Group entendemos la necesidad estratégica que el sector cárnico tiene en invertir en tecnología. Es algo que, desde nuestro punto de vista, y por la experiencia adquirida en la modernización de los sistemas de gestión de nuestros clientes cárnicos, influye decisivamente en el resto de iniciativas empresariales. Concretamente en las encaminadas a mejorar la productividad, la competitividad y la reducción de costes.

Las empresas del sector cárnico necesitan soluciones que aporten omnicanalidad y movilidad. Incorporando la operativa de las tiendas, opciones de comercio electrónico y los nuevos canales de distribución minorista. Soluciones globales capaces de integrarse con dispositivos y software de terceros, que simplifiquen los procesos, automaticen aquellas tareas que apenas aporten valor al negocio, y que aceleren el éxito de los negocios con una solución única end-to-end.

La solución Dynamics 365 for Finance and Operations, hereda toda la experiencia empresarial de Dynamics AX, adaptable a cada negocio y que no requiere inversión inicial en infraestructura de IT. Y adicionalmente se caracteriza por su rápida implementación.

Con ella se consigue el más alto nivel de análisis y control de la información de la compañía. Y por supuesto, índices de rentabilidad basados en datos obtenidos en tiempo real. Y cuando nos referimos a control, estamos pensando en calidad y trazabilidad. Dos conceptos íntimamente ligados al sector. Con ciclos cerrados desde la materia prima hasta el producto final y la venta.

La capacidad de expansión internacional se ve apoyada por sus capacidades multidivisa, multiidioma, la integración con operadores logísticos y por supuesto, la gestión internacional de requisitos legales, atendiendo a cada país de acuerdo a sus normativas.



En IFR Group contamos con la solvencia sectorial y técnica necesaria para abordar estos proyectos, y satisfacer con creces las expectativas de nuestros clientes, contando además con el aval de una compañía líder en tecnología y gestión como Microsoft.



### OFICINAS IFR GROUP

Calle Núñez de Balboa, 35 A 4º  
28001 Madrid  
Tel.: +34 91 708 14 20

Avinguda d'Elx, 183  
03008 Alicante  
Tel.: +34 965 10 70 12

Passeig de l'Exposició, 56  
08004 Barcelona  
Tel.: +34 93 441 13 79

Parc Científic i Tecnològic  
Agroalimentari de Lleida.  
Turó de Gardeny, Edifici H1, 1ª planta  
25003 Lleida  
Tels.: +34 902 22 09 77  
+34 973 22 09 77

Departamento de Marketing. [web@ifr.es](mailto:web@ifr.es)

# Eventos

Ferias • Congresos • Formación • Imágenes • Agenda

## Presentado el programa oficial de Sepor

La Feria Ganadera, Industrial y Agroalimentaria de Lorca, Sepor, que este año celebra su cincuenta aniversario del 6 al 9 de noviembre, ya ha cerrado el programa oficial de conferencias y jornadas técnicas de esta edición. El programa incluye cerca de un centenar de ponencias a cargo de expertos de todos los subsectores ganaderos representados en la muestra. El número de inscritos en la edición anterior, en el cómputo total de todas las conferencias, superó los 1.500.

El programa, ilustrado con el cartel conmemorativo del cincuenta aniversario, incluye el Simposium Internacional de Porcino, el I Monográfico de Caprino, la II Jornada Top Gan de vacuno de carne, la Jornada de Foro Interalimentario, el IV Monográfico de Avicultura, la Jornada de Ovino, y el III Concurso de Cortadores de Jamón de Capa Blanca.

Sepor cuenta con un espacio expositivo de 50.000 metros cuadrados distribuidos entre los pabellones de expositores y salones de actos habilitados en el recinto ferial del Huerto de la Rueda. Más de 450 firmas comerciales participaron en la última edición de SEPOR.

“Sepor afronta este noviembre su quincuagésima edición con un doble objetivo. Por un lado, festejar los éxitos alcanzados durante este medio siglo. Por el otro, Sepor dirige su mirada hacia el futuro para seguir sien-

do un agente de crecimiento y mejora para la industria agroalimentaria, afrontando los años venideros como una oportunidad para seguir siendo una palanca que impulse al sector”, afirmó Fulgencio Gil, presidente de Sepor.

### Monográfico del sector caprino

Sepor dedicará un monográfico al sector caprino, que desde el año 1999 entró a formar parte de la feria junto con el subsector del porcino, el ovino y el bovino. Profesionales y ganaderos debatirán sobre aquellas cuestiones que más afectan al sector y que están relacionadas con la situación de la producción en los mercados nacionales e internacionales, la mejora de la calidad, la complementación comercial de los produc-

tos procesados derivados y las garantías de sanidad en las instalaciones.

Sepor ratifica así su compromiso con los ganaderos de caprino de Murcia que en 2016 sacaron al mercado cerca de 45 millones de litros de leche y se colocan en los primeros puestos del ranking nacional. Como se ha ido poniendo de manifiesto en las sucesivas ediciones de Sepor, el caprino es un sector que, tras haber superado períodos malos como los acontecidos entre los años 2005 y 2006, ha sabido levantarse y mantener una evolución constante desde el año 2013.

El monográfico de Caprino de Sepor está organizado y patrocinado por la cooperativa Alimentos del Mediterráneo (Alimer). Su presidente, Julián Díaz, será el encargado de inaugurar la jornada técnica, que tendrá lugar el 9 de noviembre en sesión de tarde. La primera mesa de trabajo lleva por título “Sanidad y reproducción”.

Una segunda mesa de trabajo centrará la temática en la gestión, comercialización y calidad.

“Como foro de debate, Sepor quiere brindar a los ganaderos la posibilidad de establecer sus preferencias, de recibir asesoramiento sobre aquellos temas que más les preocupen”, apuntaba la gerente de Sepor, Patry Bermúdez. e

[www.seporlorca.com](http://www.seporlorca.com)



## Alianza estratégica entre Interpack e Ipack-IMA

Interpack e Ipack-Ima han llegado a un acuerdo por el que respaldarán recíprocamente sus ferias del sector del embalaje que se celebran en Düsseldorf y Milán, mientras que UCIMA respaldará los eventos internacionales de Messe Düsseldorf organizados como parte de la interpack alliance.

El objetivo de esta asociación es ofrecer una red de referencia a las empresas del sector del embalaje y a las industrias de procesamiento relacionadas. Los socios ya han firmado los acuerdos respectivos que definen los detalles de su asociación, anunciados por primera vez en Interpack 2017.

La colaboración incluye acciones de comunicación como sitios web, *mailings*, folletos, reuniones de prensa o stands informativos para el soporte recíproco a Interpack en Düsseldorf y a Ipack-Ima en Milán. “Ipack-Ima es una de las ferias más importantes de Europa y puede presumir de encontrarse en una posición



de liderazgo en diversos sectores como el de la pasta o la molienda”, comentó Bernd Jablonowski, director de Interpack.

“La asociación de Ipack-Ima con Interpack y con Interpack Alliance, que tiene bases operativas en los prin-

cipales mercados del mundo, incrementará la visibilidad de nuestra feria, aportando al mismo tiempo, tanto a expositores como a visitantes, nuevas oportunidades de encuentro y creación de valor añadido. Las empresas necesitan ahora innovación continua y, por esta razón, los expositores de Ipack-Ima expondrán nuevas tecnologías en sus stands”, comentó Riccardo Cavanna, presidente de Ipack-Ima.

La colaboración con la asociación italiana de fabricantes de maquinaria para la industria del embalaje, UCIMA, se centra en su apoyo exclusivo a las exposiciones internacionales del sector del embalaje y procesamiento de Interpack Alliance en China, la India, Irán y Rusia. “A través de este importante acuerdo, nuestras empresas se beneficiarán de una red de exposiciones donde podrán promocionar sus tecnologías en mercados clave para las tecnologías italianas”, añadió Enrico Aureli, presidente de UCIMA. **e**

## Convocada una nueva edición de AsturPaladea

En Oviedo, del 7 al 9 de abril de 2018

El Palacio de Exposiciones y Congresos Ciudad de Oviedo acogerá del 7 al 9 de abril de 2018 una nueva edición de AsturPaladea. Será la sexta convocatoria de este “salón gastronómico de la buena mesa”, que tiene como lema “Apostando por la calidad”.

Tiene como objetivo principal ser el referente en el norte de España de los productos de alta calidad y supone



una oportunidad para que los profesionales del sector de la alimentación interactúen con su público objetivo.

Se trata de una feria de periodicidad anual a la que acuden expositores del sector alimentario, principalmente del norte de España, y también con multitud de actividades paralelas como catas, degustaciones y demostraciones culinarias a cargo de chefs

de reconocido prestigio a nivel nacional. **e**

[www.asturpaladea.com](http://www.asturpaladea.com)

## Arranca la contratación del Salón del Gourmet

La organización del Salón de Gourmets ya ha iniciado las contrataciones con el objetivo de convertir de nuevo a Madrid en la capital internacional de los productos *delicatessen* con la celebración de la 32ª edición del certamen.

La feria de 2017 cerró sus puertas con un balance inmejorable: 1.630 expositores, 40.000 productos expuestos, 1.300 novedades presentadas y 93.346 visitantes profesionales.

Con estas cifras en el horizonte, y el deseo de volver a repetir las, e incluso mejorarlas, la Feria Internacional de Alimentos y Bebidas de Calidad repetirá algunas de las fórmulas que también le han funcionado este año como, por ejemplo, la decisión de ampliar el espacio expositivo e incorporar un cuarto pabellón, lo que posibilitó un incremento de la oferta expositiva del 16,8% respecto a 2016.

El Salón de Gourmets 2018 volverá a contar con la colaboración de Ices España Exportación e Inversiones en la celebración del 21º Business Center, un espacio exclusivo y gratuito donde los expositores del certamen tienen la oportunidad de mantener reuniones comerciales con compradores extranjeros de las mejores empresas internacionales. En este sentido, en la edición de este año, la feria contó con una representación de 120 compradores de alimentos y bebidas *delicatessen* de todos los rincones del mundo, expresamente invitados por la organización y procedentes de Alemania, Australia, Austria, Brasil, Bulgaria, Canadá, China, Colombia, Dinamarca, EE UU, Francia, India, Italia, Japón, Lituania, México, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Singapur, Suecia, Ucrania y Uruguay, que en los cuatro días de duración del salón establecieron más de 2.400 reuniones de trabajo.

Igualmente el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (Mapama) ha reafirmado su compromiso con la feria y patrocinará la 23ª edición del Túnel del Vino, el pasillo enológico que da la oportunidad de catar una selección de los mejores monovarietales del país.

En la 32ª edición del Salón de Gourmets también habrá varias novedades aunque, de momento, los organizadores sólo han desvelado una: la creación de GourmetRice, un espacio dedicado en exclusiva al alimento más consumido en el mundo y siempre presente en nuestra gastronomía, el arroz. **e**

[www.salondegourmets.com](http://www.salondegourmets.com)

 Intercarn

Salón de los  
productos cárnicos  
y derivados

Alimentaria 2018

A unique  
Food, Drinks and  
Gastronomy  
Experience

**HUB**  
INDUSTRY  
TOURISM  
FOOD SERVICE  
**INTERVIN**  
INNOVATION  
RESTAURAMA  
157 COUNTRIES  
INTERNATIONAL  
**FOOD**  
& DRINKS  
GASTRONOMY  
**BUSINESS**  
OVER 140,000 VISITORS  
MULTIPLE FOODS  
INTERCARN  
KNOWLEDGE  
ALIMENTARIA EXPERIENCE  
INTERLACT  
**FINE**  
FOODS

**BARCELONA**

16-19 Abril

Recinto Gran Via

[www.alimentaria-bcn.com](http://www.alimentaria-bcn.com)

Co-located  
event



Alimentaria  Exhibitions

  
Fira Barcelona

## Hispack 2018 tiene contratado el 80 % de espacio

La recuperación económica y el fuerte aumento de la demanda de *packaging* en todos los sectores industriales y de consumo están impulsando la participación de empresas en la próxima edición de Hispack, que tendrá lugar del 8 al 11 de mayo de 2018. A falta de siete meses, el salón de *packaging*, proceso y logística de Fira de Barcelona, ya tiene confirmada la presencia de 400 expositores directos, que han contratado el 80 % de la superficie prevista. Con este ritmo, las perspectivas para conseguir un mayor Hispack son excelentes, previéndose crecimientos del 10 % en espacio y del 15 % en oferta comercial respecto a 2015.

Para su edición de 2018, Hispack se ha fijado como objetivo ocupar más de 35.000 m<sup>2</sup> en los pabellones 1, 2 y 3 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona y reunir más de 700 expositores directos, el 25 % de ellos internacionales. El salón ofrecerá una visión integral del ciclo de vida del envase y embalaje desde distintos sectores de oferta: materiales,

# Hispack 2018

**PACKAGING, PROCESS  
& LOGISTICS**

diseño y fabricación de envases, embalajes y etiquetas, procesos de producción, manipulación, almacenaje y transporte, punto de venta, consumo, reutilización, recuperación y reciclaje.

De este modo Hispack ofrecerá soluciones de *packaging*, proceso y logística a medida para fabricantes y distribuidores de alimentación, bebidas, química, farmacia, cosmética, perfumería o droguería, bienes de equipo, entre otros sectores industriales y de consumo. Paralelamente, Hispack coincidirá de nuevo en fechas y recinto con FoodTech Barcelona, nueva denominación de la feria de tecnologías de la alimentación que mostrará todos los aspectos de la

fabricación de alimentos. Así, los profesionales de la industria alimentaria pueden encontrar en esta doble cita ferial soluciones que van desde el ingrediente, a los procesos de producción pasando por el *packaging* y la llegada al punto de venta.

### Automatización, logística y materiales

Como es habitual, los sectores vinculados a la maquinaria y accesorios para la fabricación de envases y embalajes, equipos de proceso, embotellado o codificación y marcaje siguen siendo los más representados en la oferta comercial de Hispack. Sin embargo este año, Hispack apuesta por potenciar la presencia de firmas de materias primas, logística y automatización. En este sentido, el 36% de los expositores actuales se encuadrarán ya en estas categorías que aumentarán su presencia y visibilidad tanto en la zona expositiva como en las actividades paralelas. e

[www.hispack.com](http://www.hispack.com)

## Más de 5.500 visitantes en Andalucía Sabor



La VI edición de la feria Andalucía Sabor ha finalizado con más de 5.500 visitantes y ha permitido más de 2.100 encuentros concertados a partir de las misiones nacional e internacional en las que han participado 20 compradores españoles y otros 52 de 25 países de todo el mundo, destacando los procedentes de EEUU, Canadá, Brasil, Europa y Asia.

Estos datos han sido especialmente destacados por la directora general de Industrias y Cadena Agroalimentaria, Rosa Ríos, que ha clausurado el Congreso Gastronómico en un acto en el que ha subrayado la alta participación durante estos tres días “intensos y llenos de satisfacciones”.

En esta edición de 2017 la superficie expositiva de Andalucía Sabor ha crecido hasta los 6.500 metros cuadrados, y también lo ha hecho el número de empresas participantes, alcanzando las 180. La feria, que ha tenido más de 5.500 visitantes, tiene un carácter eminentemente profesional, y a todos ellos (expositores, compradores o visitantes) ha agradecido Rosa Ríos su implicación, permitiendo que la feria sea una representación del buen momento de nuestra industria agroalimentaria, que “ocupa el primer puesto en exportaciones agroalimentarias de toda España”. e

[www.andaluciasabor.com](http://www.andaluciasabor.com)

## 96 granjas de porcino optan a los premios Porc d Or

El Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) ha anunciado las explotaciones de porcino nominadas en la XXIV edición de los premios Porc d Or a la excelencia en la producción porcina. Un total de 96 explotaciones de porcino de diez comunidades autónomas optarán el próximo 17 de noviembre en Segovia a uno de los 45 premios Porc d Or que están en juego.

Un jurado compuesto por profesionales y reconocidos expertos de la industria porcina, la investigación ganadera y la administración, seleccionará al 1º, 2º y 3º clasificado por cada criterio en cada categoría, haciéndoles entrega de una estatuilla Porc d Or

de oro, plata y bronce, respectivamente.

De las diez comunidades autónomas que optan a un Porc d Or, ocupa el primer puesto en cuanto a número de nominaciones Cataluña, con 33 granjas y 48 nominaciones en total (27 para Barcelona, once para Lérida, nueve para Gerona y una para Tarragona), aumentando en siete las nominaciones con respecto al año pasado. Le sigue Aragón con 26 explotaciones y 31 nominaciones, de las cuales 17 son para Huesca, trece para Zaragoza y una para Teruel.

En esta edición Navarra vuelve a la tercera posición con 16 nominaciones y trece granjas; mientras que

Castilla y León baja al cuarto puesto con trece nominaciones.

En cuanto a los premios especiales Porc d Or, este año están nominadas al máximo galardón, el Porc d Or con Diamante, tres explotaciones de Cataluña y una de Castilla y León.

Al Porc d Or especial del Mapama a la “Sanidad, Bienestar Animal y Medio Ambiente” optan dos granjas de Aragón, una de Castilla y León y otra de Castilla La Mancha.

Además, este año se incorpora un nuevo premio especial: el Porc d Or Zoetis a la Innovación. Este premio nace con el objetivo de reconocer anualmente la iniciativa o proyecto de innovación más destacado. **e**

Alimentaria  Exhibitions

 Fira Barcelona

**FOODTECH**  
BARCELONA

Meet the  
future of the  
food industry

2018  
08-11 MAY  
GRAN VIA VENUE

**TECNO Cárnica**

Principal sector de FoodTech Barcelona  
Ilega a su máximo volumen de participación

 Maquinaria tecnología para la industria cárnica y afines como mataderos y salas de despiece o procesadores de productos cárnicos

 Maquinaria para envase y embalaje específicos para la industria cárnica

 Casing: tripa natural y artificial

 Equipamiento y servicios comerciales

 Equipos y sistemas de limpieza, higiene, seguridad y protección del medioambiente

 Complementos para la industria como cuchillería o ropa profesional

 Ingenierías y proyectos llave en mano

 Equipos y tecnología de frío industrial

[www.foodtech-barcelona.com](http://www.foodtech-barcelona.com)

#foodtechbcn    

## El Foro Avícola de Zoetis reúne a 120 profesionales

El auditorio del Museo Lázaro Galdiano, situado en la calle Serrano de Madrid, fue el pasado 20 de septiembre el punto de encuentro de cerca de 120 profesionales de la avicultura provenientes de toda España, que acudieron a la capital madrileña para asistir al I Foro Avícola de Zoetis.

El Foro, moderado por Carlos Buxadé, catedrático de Universidad y profesor emérito de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), fue inaugurado por Félix Hernáez, vicepresidente de Zoetis Europa del Sur y director general de la compañía en España. “El desarrollo del mercado exterior, la reorganización del sector avícola y el crecimiento tecnológico, son tres de los principales objetivos de este sector, que se enfrenta al reto de transformar los costes de producción en valor añadido para el consumidor”, fueron las palabras del director general, que además mencionó también la creciente preocupación por el bienestar animal y el reto de disminuir el empleo de antibióticos mediante la utilización de medidas preventivas. Temas claves que se desarrollaron a lo largo del encuentro de la mano de reconocidos expertos en la materia.

### Desafíos de la producción avícola

El primer bloque del Foro trató algunos de los principales desafíos a los que se enfrenta hoy día la producción avícola. Así, el experto Johan Van Erum, de Galluvet Group (Holanda), centró su participación en la reducción del uso de antibióticos, reto que persiguen todos los sectores ganaderos para garantizar ya no solo la salud animal, sino también la salud pública.



La disminución del empleo de antibióticos depende de muchos elementos, influyendo en gran medida el estado del pollito en sus primeros días de vida. “El desarrollo del sistema digestivo del pollito está íntimamente relacionado con el desarrollo del sistema inmunitario – explicó el ponente –. Por eso es fundamental cuidar especialmente el manejo del pollito desde su primer día de vida, reduciendo el periodo de ayuno y evitando en la medida de lo posible el estrés”. El experto además expuso los beneficios de la eclosión en granja frente a la eclosión en la incubadora, que permite, en el caso de la primera, un acceso directo del pollito a agua y alimento desde las primeras horas de nacimiento, evitar el estrés del transporte, y disminuir la exposición del animal a corrientes de aire y ruido, entre otros.

Bioseguridad, información y detección temprana son las palabras que resumen la participación de José Manuel Sánchez-Vizcaíno, coordinador de la Unidad de Inmunología y Prevención del Centro de Vigilancia Epidemiológica Visavet, en el Foro, que dedicó su ponencia a la Gripe Aviar.

Por su parte, la experta Isabel Gimeno, profesora asociada en la Universidad de Carolina del Norte, reflejó las múltiples manifestaciones

clínicas de la Enfermedad de Marek, patología de difícil control y gran repercusión en la producción avícola. “Con la intensificación de la producción avícola, el virus ha evolucionado y esta enfermedad ha pasado de manifestarse con simples lesiones inflamatorias, a generar tumores y últimamente también inmunosupresión, convirtiéndose en una de las mayores amenazas para el sector a nivel mundial”.

### Acceso al mercado internacional

Sara Peña, jefe de área de la Subdirección General de comercio Internacional de Productos Agroalimentarios, mostró la situación actual del sector avícola en los mercados internacionales. “La balanza entre exportaciones e importaciones del sector avícola español es cero en la mayoría de las situaciones, salvo en el caso del mercado de huevos, donde es positiva”.

El Foro también contó con la presencia de Somchai Triamchaipisut, vicepresidente ejecutivo del Grupo CP, uno de los mayores productores de pollo, que acudió al evento como ejemplo de caso de éxito en la comercialización internacional. Así, el empresario tailandés mostró a los asistentes el éxito del grupo CP a nivel mundial, aportando una oferta integral, de calidad e innovadora, y, sobre todo, con valor añadido y segura para el consumidor. En representación del Grupo CP, Triamchaipisut trató de reflejar las claves de su éxito que han hecho que en la actualidad estén presentes a nivel mundial, cuentan con más de 500.000 empleados y facturen 41.000 millones de dólares. **e**

# Cuenca y León, finalistas al título de Capital Española de la Gastronomía 2018



Las ciudades de Cuenca (Castilla-La Mancha) y León (Castilla y León) han sido declaradas formalmente ciudades aspirantes al título de CEG 2018. El Comité Técnico ha confirmado las dos candidaturas finalistas, después de haber analizado diversas propuestas que no han llegado a cristalizar.

La nueva capital arrancará su mandato el 1 de enero, fecha que finaliza Huelva, actual sede.

Cuenca, en su segundo intento por obtener el título, ha presentado un dossier con atractivas iniciativas y que cuenta con importantes apoyos sociales y políticos como Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Castilla-La Mancha, el ministro de Justicia Rafael Catalá o el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Por su parte, León presenta su dossier bajo el título de "Manjar de reyes" y cuenta con un sólido apoyo social (más de 1.500 adhesiones), con el respaldo de importantes personalidades políticas como José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero o Ana Pastor; de cocineros como los hermanos Roca, Juan Mari Arzak o

Martín Berasategui o de famosos como Carlos Herrera, Jesús Calleja o Café Quijano. La candidatura está liderada por el alcalde de León, José Antonio Silván.

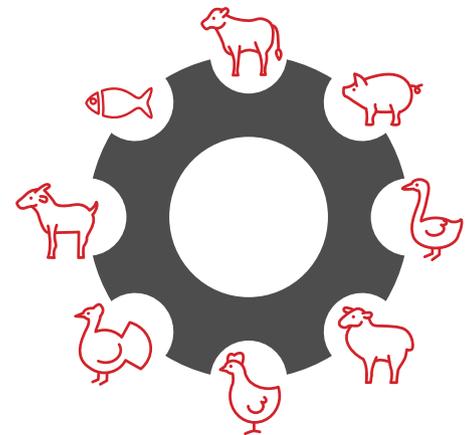
El presidente de Capital Gastronómica, Mariano Palacín, ha declarado: "Nos encontramos ante dos candidaturas muy potentes. Valoramos muy positivamente la decisión de Cuenca de repetir candidatura. Esto demuestra su firme voluntad en conseguir el galardón y el entusiasmo del sector hostelero. Por otra parte, está León con una apuesta decidida para que una ciudad del Noroeste español sea capital. Su apoyo social es impresionante y valoramos que el proyecto abarque a toda la provincia y su compromiso en la defensa del producto gastro-alimentario de la tierra".

La elección corre a cargo de un jurado de relevantes profesionales de diferentes sectores: turismo (Turespaña, FITUR, Confederación Española de Agencias de Viajes, Confederación Española de Hoteles, Instituto de Calidad Turística Española, Paradores Nacionales), hostelería (FEHR, Saborea España, Asociación Restaurantes de la Buena Mesa, Euro-Toques Comunidad Europea de Cocineros, Círculo de Restaurantes Centenarios y Jóvenes Restauradores), comunicación (periodistas turísticos de FEPET) e instituciones (representantes institucionales del Ministerio de Agricultura y de Turespaña).

El objetivo de la distinción es reconocer a aquel destino turístico más comprometido con la promoción del turismo gastronómico, la cocina tradicional y el producto alimentario autóctono y ofrecerle una plataforma promocional de primer nivel. e

## MEAT TECH

Processing & Packaging  
for the Meat Industry



### SOLUTIONS FOR YOUR BUSINESS

Fiera Milano, Milan - Italy  
May 29 - June 1 2018

[www.meat-tech.it](http://www.meat-tech.it)

MEMBER OF:



PROMOTED BY:



ORGANIZED BY: IPACK IMA SRL  
(JOINT VENTURE BETWEEN  
UCIMA AND FIERA MILANO)



ipack Ima Srl

Strada Statale del Sempione km 28 - 20017 Rho - Milan  
Ph. 02.3191091 - Fax 02.33619826  
[ipackima@ipackima.it](mailto:ipackima@ipackima.it) - [www.ipackima.it](http://www.ipackima.it)



MEAT-TECH 2018



@meattech2018  
#meattech2018

## Encuentro contra el desperdicio alimentario

Más de 250 expertos de empresas, administraciones, organizaciones de consumidores, bancos de alimentos y mundo académico se reunieron el 27 de septiembre en Madrid en busca de soluciones al problema del desperdicio, con motivo del 5º Punto de Encuentro Aecoc contra el Desperdicio Alimentario.



El desperdicio de alimentos es un problema con impacto económico, social y medioambiental que crece en todas las economías desarrolladas. La nuestra no es una excepción, tal y como lo demuestran los datos del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente que sitúan a España como el séptimo país europeo que más desperdicia, con 1.325 millones de Kg anuales.

La estrategia empresarial, coordinada por Aecoc, “La Alimentación no tiene desperdicio”, que secundan más de 350 compañías de la industria y la distribución alimentaria, es un ejemplo de ello. En su marco las em-

presas adheridas han conseguido incrementar en un 5%, en el último año, la cantidad de productos aptos para el consumo humano derivados a bancos de alimentos y otras entidades benéficas en lugar de ser destruidos y también realizar recomendaciones que ayuden a todos los actores de la cadena de valor (industria, distribución, operadores logísticos, etc.) a evitar ineficiencias que puedan generar desperdicio.

De entre las acciones lideradas por el proyecto “La Alimentación no tiene desperdicio” destaca el Punto de Encuentro Aecoc contra el Desperdicio Alimentario, una cita anual que

celebró en Madrid su quinta edición. Durante la inauguración, el director general de la Industria Alimentaria, Fernando Burgaz, destacó que el objetivo del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente es conseguir una reducción del 50 % del desperdicio de alimentos

en el año 2030.

### Por descuido y pereza

El encuentro se abrió con la presentación de un estudio realizado por Aecoc entre los consumidores españoles. Un trabajo que confirma que el 41 % de ellos desperdicia cantidades considerables de comida, sobre todo frutas y verduras. Cuestionados sobre los motivos principales, el 70% de ellos lo atribuye al descuido o la pereza. El informe esboza diferentes tipos de consumidores en función de su capacidad de aprovechar los alimentos y concluye que el 32% pueden ser considerados reaprovechados.

## Analiza Calidad celebró la primera edición de sus VII Jornadas de Calidad y Seguridad Alimentaria

La Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid acogió la edición madrileña de sus VII Jornadas de Calidad y Seguridad Alimentaria organizadas por Auditar Calidad Consultores, parte de Grupo Analiza Calidad. El evento se desarrolló bajo el lema ¿Cómo sabes lo que consumes?

La jornada contó con la participación de más de 60 participantes, en la que se trataron temas como el control de alérgenos, análisis de trigos y harinas, Normas IFS, el etiquetado de los alimentos, control oficial, nuevas tecnologías en trazabilidad, control de higiene y gestión de seguridad alimentaria en productos de riesgo, red de alertas, etc.

La jornada fue presentada por María de los Ángeles Teresa Romero, directora de operaciones de Auditar Calidad Consultores, quien presentó el estado actual de la industria alimentaria en números, los retos que se plantean y los resultados y perspectivas del sector.

Entre las intervenciones destacó la de Leonor Algarra Solís, subdirectora general adjunta de Medios de producción Ganadera, del Ministerio de Agricultura, que contó cómo las autoridades competentes y las empresas de piensos deben velar para que los productos utilizados en alimentación animal sean seguros, no tengan efectos adversos directos en el medio ambiente ni el bienestar de los animales. **e**

## Más eventos en imágenes



La 19ª Feria Internacional de Productos del Mar Congelados, **Conxemar**, se celebró los días 3 y 4 de octubre en el Instituto Ferial de Vigo (Ifevi) en una de sus ediciones más ambiciosas: contaba con el mayor número de expositores desde 2010 y era la edición que precedía al veinte aniversario y a la ampliación del recinto.

El resultado, inmejorable, un total de 608 expositores de 43 países (más de 100 firmas se quedaron fuera por falta de espacio). A ellos cabe sumar la presencia de los principales países productores de pescado del mundo como son Argentina, Perú, EE. UU., Irlanda, Ecuador, China, Marruecos o Indonesia, entre otros, con lo que hubo un total de 17 pabellones de países y otros siete nacionales. **e**

[www.conxemar.com](http://www.conxemar.com)



## Ferías

Evento	Fecha y lugar	Sector	Contacto
Marca Blanca	6-7 noviembre, Madrid	Marca blanca	www.markexpo.com
Sepor	6-9 noviembre, Lorca (Murcia)	Ganadería	www.seporlorca.com
<sup>e</sup> Empack Madrid	7-8 noviembre, Madrid	Envase y embalaje	www.easyfairs.com/es
<sup>e</sup> Hygienalia Pulire	14-16 noviembre, Madrid	Higiene y limpieza	www.hygienalia-pulire.com
FHC China	14-16 noviembre, Shanghai (China)	Alimentación	www.fhcchina.com
Fi Europe	19-21 noviembre, Frankfurt (Alemania)	Ingredientes y aditivos	www.foodingredientsglobal.com

## 2018

Eurocarne	31 enero - 3 febrero, Verona (Italia)	Tecnología cárnica	www.eurocarne.it
Prodexpo	5-9 febrero, Moscú (Rusia)	Alimentación	www.prod-expo.ru/en/
MaroCarne & Milk	7-9 febrero, Casablanca (Marruecos)	Sector cárnico	www.marocarne-milk.com
Foodex Japan	6-9 marzo, Tokio (Japón)	Alimentación	www.jma.or.jp/foodex/en
<sup>e</sup> Anuga FoodTec	20-23 marzo, Colonia (Alemania)	Tecnología alimentaria	www.anugafoodtec.com
ExpoAntad & Alimentaria	4-6 abril, Guadalajara (México)	Alimentación	www.alimentaria-mexico.com
<sup>e</sup> Alimentaria	16-19 abril, Barcelona	Alimentación	www.alimentaria-bcn.com
Beef Australia	6-12 mayo, Rockhampton (Australia)	Vacuno	www.beefaustralia.com
Salón de Gourmets	7-10 mayo, Madrid	Productos <i>gourmet</i>	www.gourmets.net/salon
<sup>e</sup> FoodTech Barcelona	8-11 mayo, Barcelona	Tecnología alimentaria	www.foodtech-barcelona.com
Sial China	16-18 mayo, Shanghai (China)	Alimentación	www.sialchina.com
Feria Alimentos Cuba	22-24 mayo, La Habana (Cuba)	Alimentación	www.firacuba.com
Meat Tech	29 mayo - 1 junio, Milán (Italia)	Tecnología cárnica	www.ipack-ima.com

<sup>e</sup> eurocarne estará presente en este evento.

## Congresos - Jornadas - Formación

Evento	Fecha y lugar	Contacto
IV Foro Interporc del sector porcino	Noviembre, Madrid	www.interporc.com
Save Food China Forum	7-10 noviembre, Shanghai (China)	www.save-food.org
VII Jornadas de Calidad y Seguridad Alimentaria	9 noviembre, Valencia	www.analizacalidad.com
I Congreso de Alimentación y Dietética	10-11 noviembre, Zaragoza	academianutricionydietetica.org
Congreso AECOC de prevención de la pérdida	16 noviembre, Madrid	eventos.aecoc.es
VII Jornadas de Calidad y Seguridad Alimentaria	23 noviembre, Santiago de Compostela	www.analizacalidad.com
<sup>e</sup> XVI Workshop sobre Métodos rápidos y automatización en microbiología alimentaria	21-24 noviembre, Barcelona	jornades.uab.cat/workshopmrama
VII Jornadas de Calidad y Seguridad Alimentaria	14 diciembre, Burgos	www.analizacalidad.com

## 2018

<sup>e</sup> Congreso Aecoc de Carnes y Derivados	Marzo, Lleida	www.aecoc.es
Global Food Safety Conference	5-8 marzo, Tokio (Japón)	www.tcgffoodsafety.com
Conferencia Internacional de Alimentación	21-23 marzo, Chicago (EEUU)	food.conferenceseries.com
Beef Australia 2018	6-12 mayo, Rockhampton (Australia)	www.beefaustralia.com.au
Food Technology Conference	14-16 mayo, Roma (Italia)	food-technology.euroscicon.com
IMS World Meat Congress	30 mayo-1 junio, Dallas (EEUU)	www.meat-ims.org
20ª Conferencia Internacional de Ciencia de los Alimentos y Nutrición (ICFSN)	27-28 agosto, París (Francia)	www.waset.org
Food Micro Conference	3-6 septiembre, Berlín (Alemania)	www.foodmicro2018.com
IUFoST 2018	23-27 octubre, Mumbai (India)	www.iufost2018.com

Puede consultar el calendario completo de **Eventos** en el canal **Agenda** de **eurocarne** digital



# VIAJE al FUTURO

SUPLEMENTO  
25 ANIVERSARIO

**eurocarne**

FECHA PUBLICACIÓN  
DICIEMBRE 2017

Más información y reserva de publicidad

+34 91 378 09 22 | +34 656 803 750  
publicidad@eurocarne.com



[www.eurocarnedigital.com](http://www.eurocarnedigital.com)

## Tu recetario dietético *fast food* Cocina rápido, come sano



**Autor:** Rodrigo Núñez de Arenas Gómez

**Edita:** Círculo Rojo

**Páginas:** 110

**www.eurocarne.com**

¿Quién dijo que las hamburguesas o las pizzas están contraindicadas con una alimentación saludable? Si los alimentos como la carne de pollo o las verduras y hortalizas forman parte de las dietas más estrictas, ¿por qué su combinación iba a ser tan perjudicial?

En este libro se proponen desmontar este mito, planteando más de 40 recetas donde el lector podrá aprender a utilizar todo tipo de ingredientes sabrosos y saludables para elaborar lo que habitualmente se considera comida rápida pero baja en grasas y, en tiempo récord.

En opinión del autor, el problema principal de la comida rápida son los aditivos, las salsas y otros elementos que alteran las recetas más naturales. El libro ayuda a controlar qué ingredientes y en qué proporción han de usarse para elaborar recetas saludables reduciendo calorías e incluso incrementando el sabor.

El libro tiene un capítulo dedicado a los que el autor denomina “alimentos estrella”, en el que incluye productos con beneficios cardioprotectores, con beneficios antioxidantes, los denominados “détox” y los proteicos bajos en grasa.

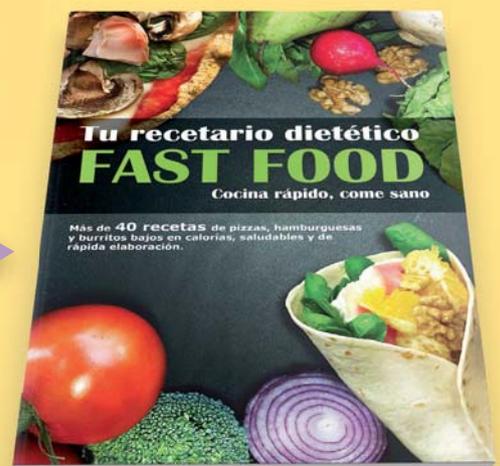
Las recetas están divididas en tres grupos, por un lado hamburguesas, pizzas y burritos. **e**

## Tu recetario dietético. FAST FOOD Cocina rápido, come sano

**eurocarne** LIBRERÍA ON LINE  
MÁS DE 300 TÍTULOS PARA EL PROFESIONAL DE LA CARNE

Tel: 91 378 09 22

Haga su pedido - E-mail: [info@eurocarne.com](mailto:info@eurocarne.com)  
[www.eurocarne.com/tienda](http://www.eurocarne.com/tienda)



# Irán: grandes oportunidades... que las empresas españolas no pueden aprovechar



www.amec.es



Recientemente varias empresas de tecnología para la industria alimentaria, junto a Amec-Aefemac, visitaron el mercado iraní para actualizarnos sobre su situación y las oportunidades para las empresas españolas.

Todas las perspectivas de levantamiento del embargo generadas durante la presidencia de Obama se han visto frenadas con la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca.

Pese a todo, el Gobierno iraní tiene previsto realizar fuertes inversiones durante los próximos años para modernizar la industria. El sector industrial necesita con

urgencia conseguir recambios y renovar toda la maquinaria, que se ha quedado obsoleta tras tantos años de bloqueo económico y comercial.

No obstante, para poder beneficiarse de estos programas de inversión, las empresas extranjeras necesitan entidades financieras que realicen operaciones con Irán directamente.

Las empresas chinas, indias y turcas están ya operando de forma ordinaria y en Alemania, Italia comienzan a abrirse vías. Este no es el caso de España, donde las entidades financieras siguen a la expectativa de cómo evoluciona la situación.

Por otro lado, del 31 de octubre al 2 de noviembre estaremos presentes nuevamente en la feria *Gulf Food Manufacturing*, con más de 20 empresas de sectores de tecnología cárnica, alimentaria, panadería, envasado e ingredientes. El mercado sigue tirando y la presencia de empresas españolas es cada vez mayor.

2018 apunta a consolidar la presencia en EE.UU., nuestro principal mercado en estos momentos, y a reforzar la presencia en Asia donde vemos que existen muchas oportunidades de crecimiento dado el recorrido que llevan nuestras empresas en los últimos años. **e**

## Las falsas diarreas de los ingleses



ASOCIACIÓN DE VETERINARIOS  
ESPECIALISTAS EN SEGURIDAD ALIMENTARIA



**Gabriel de Juan Socias**  
Vocal de Avesa en Islas Baleares

Uno de los retos más importantes de la industria turística es dar de comer a los visitantes de forma segura, sanitariamente hablando. Para ello, los empresarios hoteleros han contado con la ayuda de los Servicios Veterinarios Oficiales especialistas en Seguridad Alimentaria para la mejora de sus cocinas y sus procesos productivos, hasta llegar al modelo actual de implantación de Sistemas de Calidad y Autocontrol.

Hace unos años algunas cadenas hoteleras optaron por el sistema del “todo incluido”. Esta estrategia ha resultado nefasta, sobre todo en lo que se refiere a los turistas británicos.

A partir de 2013 se comenzaron a presentar demandas, en los tribunales británicos, por supuestas intoxicaciones contraídas por visitantes ingleses durante sus vacaciones en Mallorca. Estas demandas eran atendidas por una legislación británica que permite que con la presentación de un simple ticket de farmacia de un antidiarreico, se pueda alegar una intoxicación alimentaria, debiendo ser (según su permisiva legislación) el tour-operador el que demuestre que no ha habido tal intoxicación. Tour-operador que con el fin de ahorrarse los altísimos costes que le podría suponer el litigio, acepta la reclamación sin cuestionarla, indemniza al demandante y pasa la factura al hotelero (el cual, previamente, a la hora de contratar con estos grandes comercializadores se ha visto “obligado” a firmar una cláusula mediante la que se responsabilizaba de los posibles daños).

Y como todo lo que nace tiende a crecer, resulta que esta estafa creció: en el año 2016, la factura por estas falsas denuncias ha supuesto a un solo hotelero alrededor de 4 millones de euros, según manifiesta el propio afectado; 10 millones de euros a tan solo tres de las cadenas hoteleras afectadas, según informaciones de los investigadores; y, según la patronal hotelera, 50 millones de euros al conjunto de las islas Baleares.

Según fuentes de la Guardia Civil, es muy posible que este “modus operandi” se haya extendido ya al Levante y a las Islas Canarias, y llegar a los 60 millones de euros a nivel nacional.

¿Cómo se ha llegado a esta situación extrema? Algunos bufetes de abogados ingleses se han dedicado a captar a estos “falsos enfermos” y proponerles el suculento negocio de repartirse la indemnización. Al cliente le podían salir las vacaciones gratis y el bufete solo cobraba si obtenía sentencia favorable (el 60% de la indemnización).

Al principio eran pocos, pero se han llegado a desplazar a la isla captadores de demandantes que se instalaban cerca de las puertas de los hoteles a proponer el “negocio” a los turistas ingleses. Posteriormente, estos “claim farmers” vieron apoyada su labor incluso con furgonetas rotuladas ofreciendo los servicios con total desvergüenza e impunidad. E incluso parece ser que una empresaria inglesa relacionada con negocios de promoción de locales de ocio, instalada en Mallorca, puso sus medios materiales y humanos a disposición de la red de presuntos estafadores.

Todas las partes afectadas, a estas alturas de 2017, han hecho su labor. Los tour-operadores han tenido un mayor control sobre sus cliente. Las autoridades españolas han investigado y detenido a los presuntos estafadores. Las autoridades británicas, mediante el CMR, encargado de gestionar las reclamaciones, han endurecido la aceptación de las mismas y han retirado la licencia y cerrado algunas empresas dedicadas a las falsas denuncias. La Embajada Española en Londres hizo el “Informe sobre la crisis de las reclamaciones gástricas” en el cual aconsejaba al sector hotelero buscar alternativas al cliente británico. Esto llevó a que incluso se plantearan dejar de contratar camas con este mercado.

Merced a todo este esfuerzo se ha logrado finalmente enmendar la situación. **e**

# SUSCRÍBETE

# 10x

**eurocarne**  
la revista nº1  
en español  
para la industria  
y el comercio  
de la carne



**+ acceso  
a los canales  
exclusivos en  
eurocarne.com**

Hemeroteca (más de 1.800 artículos técnicos e informes), Legislación, Guía Cárnica, Números antiguos de eurocarne

Por solo  
**140€**



**Suscríbete ya:**

<http://www.eurocarne.com/info-suscribirse>

**Teléfono: +34 91 378 09 22**

[suscripción@eurocarne.com](mailto:suscripción@eurocarne.com)

# La Guía de Proveedores de la Industria Cárnica

Más de **4.000** responsables de compras consultan este directorio cada mes

## Intuitiva, de fácil uso.

Dos índices permiten localizar fácilmente toda la información:

- Razón social y marcas
- Productos y servicios

## Internet.

Los anunciantes de la Guía aparecen de forma gratuita en la Guía de empresas de **eurocarne** digital, el sitio web de los profesionales de la carne, con más de 60.000 visitas al mes.

## Actualización.

La Guía se actualiza y amplía todos los meses. Los anunciantes pueden modificar, siempre que lo deseen, el contenido de los anuncios según sus necesidades.

El directorio de fabricantes y distribuidores de maquinaria y servicios más consultado por las industrias cárnicas.

10  
anuncios  
por  
475€

Reserve su espacio para la próxima edición

Tel: 91 378 09 22 • [publicidad@eurocarne.com](mailto:publicidad@eurocarne.com) • [www.eurocarne.com](http://www.eurocarne.com)

# Directorio

## 1. Diseño y construcción de instalaciones

Aislamientos.....	1.1
Construcción y obra civil .....	1.2
Energías renovables. Eficiencia energética .....	1.3
Ingenierías y consultorías .....	1.4
Instalaciones completas de mataderos, salas de despiece e industrias cárnicas .....	1.5
Pavimentos .....	1.6
Puertas automáticas, herméticas, isotérmicas .....	1.7
Revestimientos y protecciones .....	1.8
Sistemas de drenaje .....	1.9
Tratamiento de aguas residuales .....	1.10

## 2. Maquinaria y equipos para mataderos y salas de despiece

Aturdidores y sistemas de anestesiado .....	2.1
Clasificadoras de canales .....	2.2
Clasificadoras de piezas .....	2.3
Desolladoras .....	2.4
Equipos y sistemas para tratamiento de subproductos .....	2.5
Escaldadoras, depiladoras y chamuscadoras .....	2.6
Maquinaria y sistemas para el procesado de tripas .....	2.7
Mesas para manipulado .....	2.8

## 3. Maquinaria y equipos para industrias cárnicas

Ablandadoras, tenderizadoras .....	3.1
Amasadoras y mezcladoras .....	3.2
Análisis de grasa .....	3.3
Atadoras .....	3.4
Bombos .....	3.5
Cutters, picadoras, trituradoras .....	3.6

## Apartado

Embutidoras .....	3.7
Empanadoras .....	3.8
Enmalladoras .....	3.9
Equipos para cocción y fritura .....	3.10
Formadoras de hamburguesas, albóndigas, croquetas .....	3.11
Grapadoras, grapas .....	3.12
Inyectoras .....	3.13
Lavadoras de productos cárnicos .....	3.14
Líneas completas para elaboración de productos cocidos .....	3.15
Líneas de proceso .....	3.16
Maquinaria para aplicar manteca .....	3.17
Maquinaria para salazón de jamón curado .....	3.18
Moldes .....	3.19
Prensas .....	3.20
Sistemas de pulverización .....	3.21

## 4. Maquinaria e instrumentos de corte

Cortadoras .....	4.1
Cuchillería .....	4.2
Deshuesadoras, descortezadoras .....	4.3
Jamoneros, tablas de corte, artículos promocionales .....	4.4
Loncheadoras .....	4.5
Maquinaria y utillaje de corte. Afiladoras y afilados .....	4.6
Sierras de cinta para carne, hueso y congelado .....	4.7

## 5. Aditivos y materias primas

Aditivos .....	5.1
Aromas .....	5.2
Colorantes .....	5.3
Espicias, condimentos, otros ingredientes .....	5.4

	Apartado
Preparados completos para la elaboración de productos cárnicos .....	5.5
Sal y salmueras .....	5.6
Tripas artificiales y recubrimientos.....	5.7
Tripas naturales y pieles .....	5.8
Vitaminas y complementos para nutrición animal .....	5.9

## 6. Frío y calor industriales

Calderas de cocción .....	6.1
Cámaras frigoríficas .....	6.2
Equipos de congelación .....	6.3
Equipos de descongelación .....	6.4
Hornos .....	6.5
Refrigeración industrial .....	6.6
Secaderos para jamones y embutidos .....	6.7

## 7. Logística, almacenaje y transporte

Almacenaje y manutención .....	7.1
Automatización industrial y robótica .....	7.2
Bandejas, carros, cubetas y contenedores .....	7.3
Cintas transportadoras .....	7.4
Elevadores, carretillas .....	7.5
Palés.....	7.6
Ruedas.....	7.7
Transportadores aéreos.....	7.8

## 8. Envasado, embalaje y etiquetado

Balanzas y sistemas de pesaje .....	8.1
Cordelería y mallas .....	8.2
Etiquetadoras .....	8.3
Etiquetas y sistemas de identificación .....	8.4
Maquinaria para envasado .....	8.5
Marcaje, codificación y etiquetado .....	8.6
Suministros para envasado y embalaje .....	8.7

## Apartado

## 9. Higiene, limpieza, seguridad

Lavamanos y lavabotas.....	9.1
Limpieza y desinfección .....	9.2
Maquinaria de limpieza industrial .....	9.3
Material para protección personal .....	9.4
Productos y material de limpieza .....	9.5
Sistemas de inspección de rayos X .....	9.6
Túneles y armarios de lavado de utensilios .....	9.7

## 10. Suministros y productos auxiliares

Aceites lubricantes y desengrasantes .....	10.1
Bombas .....	10.2
Detectores de metales y cuerpos extraños .....	10.3
Equipos de medición y control de procesos .....	10.4
Gases industriales .....	10.5
Instrumental y material de laboratorio .....	10.6

## 11. Servicios

Alquiler de vehículos industriales .....	11.1
Asesorías y consultorías .....	11.2
Entidades certificadoras .....	11.3
Formación .....	11.4
Laboratorios de análisis .....	11.5
Laboratorios veterinarios .....	11.6
Maquinaria de ocasión .....	11.7
Servicio para procesado a maquila .....	11.8
Soluciones informáticas para la industria cárnica ...	11.9
Transporte .....	11.10
Trazabilidad .....	11.11

## Direcciones de interés: Asociaciones, Administración, Centros de investigación, ...

# Índice de anunciantes y marcas

Apartado	Apartado	Apartado
3 Claveles (Bueno Hermanos, S.A.) . 4.2	Comservys XXI Proyectos, S.L. .... 1.8	Giesser (Teófilo Rosete, S.L.) ..... 4.6
<b>A</b>	Cozzini Primedge (Primedge Ibérica) 4.6	Gozlin (Quicial, S.L.) ..... 2.1
Adpan Europa, S.L. .... 5.4	Cruells Talleres, S.L. .... 4.3	Grupalia Pack Soluciones, S.L.U. ..... 3.16, 8.3, 8.5
Agujas Inyectora ..... 3.13	CSB System España, S.L. .... 11.9	Grupo Carinsa ..... 5.1
Airshirz (Intecal, S.A.) ..... 4.6	Cuchillería Jiménez Hermanos, S.L. . 4.2	<b>H</b>
Alberto Aranda ..... 8.1	Cusary & Fema, S.L. .... 5.5	Haratek Inportaketa, S.L.U. .... 4.1, 8.5
Alkemi, S.A. .... 11.5	<b>D</b>	Helcesa - Helmántica de Cerrajería, S.L. .... 7.1
Andher (Comercial Eliseo Andújar, S.L.) ..... 3.4, 3.7	Dibal S.A. .... 8.1	Henkovac (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16
Anitec (Intecal, S.A.) ..... 1.5	Dick (Intecal, S.A.) ..... 4.2 (Steel Blade, S.L.) ..... 4.4	Hypred Ibérica, S.L. .... 9.2
Antonio Villoria, S.A. (Anvisa) ..... 5.5	Dinotec, S.L. .... 1.10	<b>I</b>
Aquimisa, S.L. .... 11.5	Dordal, S.A. .... 3.2, 3.5, 3.6, 3.7, 3.11, 3.16, 3.18, 4.1, 4.3, 6.5	Ibex (Quicial, S.L.) ..... 4.2
Arca (Grupalia Pack Soluciones) ..... 3.16, 8.3, 8.5	<b>E</b>	IFR Meat (IFR, S.A.) ..... 11.9
Arcos Hermanos, S.A. .... 4.2	Ecotrip ..... 5.8	Industrial Leridana del Frío, S.L. (Ilerfred) ..... 6.6
ArcTecno (Grupalia Pack Soluciones) ..... 3.16, 8.3, 8.5	Edicas - Edible Casings, S.L. .... 5.7	Industrias Gaser, S.L. .. 3.4, 3.7, 3.8, 3.11
Astor (Teófilo Rosete, S.L.) ..... 4.6	Efa (Intecal, S.A.) ..... 2.1, 4.6	Industrias Pargón, C.B ..... 8.7
Azasa, S.A. .... 2.1	Elkoma, S.A. .... 6.3	Industries Fac, S.L. .. 2.3, 3.16, 3.18, 3.20
<b>B</b>	Equipos Deon (Taesa Grupo Industrial) ..... 1.10	Ingal, S.L.P. .... 1.4
Banss (Intecal, S.A.) ..... 1.5	Espera Ibérica, S.A. .... 8.1	IngSystem - Ingeniería y Sistemas de Aislamientos, S.L. .... 1.1
Basf Construction Chemicals España, S.L. .... 1.6	Eurocasing Tripas y Subproductos, S.L. .... 5.8	Insulab, S.L. .... 10.6
Becker Ibérica de Bombas de Vacío y Compresores, S.A. .... 10.2	Euroflex (Teófilo Rosete, S.L.) ..... 9.4	Intecal, S.A. .... .. 1.5, 2.1, 2.7, 3.4, 4.1, 4.2, 4.3, 4.6, 9.2
Blasau, S.L. .... 1.5	<b>F</b>	Ishida ..... 8.1, 8.5, 9.6
BLS (TCR Protección) ..... 9.4	FAL Seguridad (TCR Protección) ..... 9.4	<b>J</b>
Bueno Hermanos, S.A. .... 4.2	Ferraroni (Mecánicas Garrotxa, S.A.) ..... 2.7	J.E. Jorman, S.L.U. .... 7.1
Busch Ibérica, S.A. .... 10.2	Filicor, S.L. - Casa Sol ..... 8.2	Jarvis Spain ..... 1.5
Butina (Intecal, S.A.) ..... 2.1	FILUM (Steel Blade, S.L.) ..... 4.4	Josefa Estellés Mayor, S.L. .... 5.5
<b>C</b>	Food Processing System, S.L. .... 3.16	Julio Criado Gómez, S.A. .... 5.4
Carinsa (Grupo Carinsa) ..... 5.1	Foss Iberia, S.A. .... 3.3	<b>K</b>
Cato (Roser Group) ..... 3.2, 3.6, 3.7	Fraikin Alquiler de Vehículos, S.A. . 11.1	Kentmaster (Quicial, S.L.) ..... 1.5
Chemital, S.A.U. .... 5.1	<b>G</b>	Knecht (Teófilo Rosete, S.L.) ..... 4.6
CHR-Hansen, S.L. .... 5.1	G. Mondini (Grupalia Pack Soluciones) ..... 3.16, 8.3, 8.5	<b>L</b>
Cima & Ishida ..... 8.1, 8.5, 9.6	Gallent Casings ..... 5.8	L&W (Teófilo Rosete, S.L.) ..... 4.6
Comatec Food Technologies, S.L. .... 8.5	Gaser ..... 3.4, 3.7, 3.8, 3.11	La Campana (Josefa Estellés Mayor, S.L.) ..... 5.5
Comercial Eliseo Andújar, S.L. ... 3.4, 3.7	GEA Food Solutions ..... 3.16	La Chinata, Pimentón Ahumado ..... 5.4
Computada, S.A. .... 11.9, 11.11		

Apartado	Apartado	Apartado
LM (Mecánicas Garrotxa, S.A.) ..... 1.5	Proanda - Proveedora Andaluza, S.L. .... 5.4	Systemfrost Ingeniería y Servicios, S.A ..... 6.6
Labygema, Laboratorio y Gestión Medioambiental, S.L. .... 11.5	Productos Ruca, S.L. .... 5.4	<b>T</b>
Longwood (Mecánicas Garrotxa, S.A) ..... 1.5	Proto-Info, S.L. .... 11.9	Taberner, S.A. .... 5.5
Lutz (Teófilo Rosete, S.L.) ..... 4.6	Pujolàs, S.L. .... 3.7, 3.18, 3.20	Taesa - Grupo Industrial ..... 1.5, 1.10, 2.8, 7.1, 7.8
<b>M</b>	Pur Elásticos (Poliuretanos Elásticos, S.L.) ..... 1.5	TCR Protección ..... 9.4
M.C.M (Intecal, S.A.) ..... 2.7	<b>Q</b>	Tané Hermetic ..... 1.7
M. Serra, S.A. .... 1.5, 3.10, 7.8	Quicial, S.L. .... 1.5, 2.1, 3.9, 4.2, 4.3	Tecau (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16, 3.18
Maja (Intecal, S.A.) ..... 4.1, 4.3	Quilinox, S.L. .... 9.5	Tecnical (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16
Mane Ibérica, S.A. .... 5.5	<b>R</b>	Tecnotrip, S.A. .... 8.5
Manufacturas Ceylán, S.A. .. 5.1, 5.2, 5.5	R.M. (Intecal, S.A.) ..... 4.3	Tecnufar Ibérica, S.L. .... 5.5
Maquinaria Gusiñé ..... 3.4, 4.3	Ravenwood (Grupalia Pack Soluciones) ..... 3.16, 8.3, 8.5	Teófilo Rosete, S.L. .... 4.6, 9.4
Maquinaria Industrial Torras, S.L. .... 2.5	Refrica (Refrigeración Casassas SA) . 6.7	Termoformado Termopack, S.L. .... 8.7
Marel Food Systems Spain, S.L..... 2.3, 3.8, 3.11, 3.13, 3.16, 4.1, 6.3, 6.4, 8.1	Ribawood ..... 7.6	Tiburcio Pérez Trancón, S.L. .... 5.4
Meat Processing Systems Spain, S.A.U. .... 1.5	Roser Group ..... 1.5, 1.9, 3.18, 9.1, 9.7	Tilsatec (TCR Protección) ..... 9.4
Mecánicas Garrotxa, S.A. 1.5, 2.7, 11.11	Rotogal, S.L. .... 7.3	Tofervac, S.L. .... 8.7
Mercafilo, S.L. .... 4.6	Ruedas J. Fort ..... 7.7	Toinca ..... 1.5
Merkapack (Tofervac, S.L.) ..... 8.7	Rupro (Mecánicas Garrotxa, S.A.) .... 1.5	Tomra Sorting, S.L. .... 3.3
Microsoft Dynamics Ax (IFR, S.A.) . 11.9	<b>S</b>	Tripasur, S.L. .... 5.8
Mimasa - Milla Masanas, S.L. .... 9.7	Saimec (Food Processing Systems, S.L.) .... 3.16	Tucal, S.L. .... 6.6
<b>N</b>	Sales Altava Porcar, S.L. .... 5.6	Turatti (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16
Netasa, S.A. (La Chinata, Pimentón Ahumado) . 5.4	Sato (Grupalia Pack Soluciones) ..... 3.16, 8.3, 8.5	TVI (Haratek Inportaketa, S.L.U.) ..... 4.1
NetCo Safety (TCR Protección) ..... 9.4	Schad (Intecal, S.A.) ..... 3.4	Tye-O-Matic B.V. .... 3.9, 8.2
Nieros (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16	Segell Expres, S.L. .... 8.4	<b>U</b>
Nock (Maquinaria Gusiñé) ..... 4.3	Sika, S.A.U. .... 1.6	Ulma Architectural Solutions ..... 1.9
Nutripack Ibérica, S.L. .... 8.5	Sikafloor (Sika, S.A.U.) ..... 1.6	Ulma Packaging ..... 8.5
<b>O</b>	Sikaguard (Sika, S.A.U.) ..... 1.6	Universal Global Logistic, S.A.U. . 11.10
Ogalsa (Roser Group) ..... 3.13	Sioen (TCR Protección) ..... 9.4	UV-Consulting Peschl España, S.L. .. 9.2
<b>P</b>	Solulim Higiene Alimentaria ..... 9.2	<b>V</b>
Paymsa (Grupo Carinsa) ..... 5.1	Spraying Systems Spain, S.L. .... 3.21	VE.M.A.C. (Food Processing Systems, S.L.) . 3.16
Pedro Mas Sayós, S.C.P. .... 5.1	SSI Schäfer Sistemas Internacional, S.L. .... 7.1	Velati (Food Processing Systems, S.L.) . 3.16
Pimentón La Esencia de la Vera (Tiburcio Pérez Trancón, S.L.) ..... 5.4	Steel Blade, S.L. .... 4.4	Verinox (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16
PND (Industries Fac, S.L.) ..... 3.16	Steflex (Steel Blade, S.L.) ..... 4.4	Von den Steinen (Steel Blade, S.L.) .. 4.4
Poliuretanos Elásticos, S.L ..... 1.5	SterilAir (Intecal, S.A.) ..... 9.2	<b>W</b>
PRIMEEdge Ibérica ..... 4.6	Stridhs-Drechsel (Mecánicas Garrotxa, S.A.) ..... 2.7	Wearwell (TCR Protección) ..... 9.4
		Whizard (Intecal, S.A.) ..... 4.6
		Wiegand (Maquinaria Gusiñé) ..... 3.4

## 1 DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE INSTALACIONES

### 1.1. Aislamientos

#### INGENIERÍA Y SISTEMAS DE AISLAMIENTOS, S.L.



Fabricantes e Instaladores de Paneles para la Industria Agroalimentaria.

San Vicente Màrtir, 168 • 46007 VALENCIA  
Tel.: 96 380 57 06 www.ingsystem.es  
Fax: 96 380 57 13 ingsystem@ingsystem.es

### 1.4. Ingenierías y consultorías

#### INGAL, S.L.P.

Servicio integral para la industria cárnica

PROYECTOS "LLAVE EN MANO"



BARCELONA • Tel.: 934 124 614 • Fax: 934 127 603  
MAIRENA DE ALJARAFA (Sevilla) • Tel.: 954 186 656  
Fax: 955 601 749  
VIGO (Pontevedra) • Tel.: 986 442 805 • Fax: 986 442 806  
SÃO PAULO – MOSCÚ – OPORTO www.ingal.es

### 1.5. Instalaciones completas de mataderos, salas de despiece e industrias cárnicas

#### BLASAU, S.L.



Maquinaria e instalaciones completas para líneas de sacrificio vacuno, porcino, ovino y salas de despiece. Estudios de optimización del sistema productivo de los mataderos y salas de despiece para aumentar en rendimiento e higiene.

Ctra. d'Olot, 80 • Tel.: 972 44 40 10 • Fax: 972 44 44 05  
17174 SANT FELIU DE PALLEROLS (Girona)  
comercial@blasau.com www.blasau.com

#### INTECAL, S.A.



**BANSS:** Instalaciones completas y maquinaria para líneas de sacrificio para mataderos.  
**ANITEC:** Instalaciones para la recogida higiénica y el procesamiento de la sangre.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

#### JARVIS SPAIN



JARVIS está en ESPAÑA

Maquinaria de alto rendimiento para mataderos y salas de despiece de porcino, cordero y vacuno. Jarvis ofrece servicio técnico y formación.

Sebastián Azzollini, Gerente General

Teléfono: +34 675 031 600  
info@jarvisespana.es

#### M. SERRA, S.A.



Instalaciones completas y maquinaria para líneas de sacrificio de porcino, vacuno y ovino.

C/ Timó 32-34 • 08519 FOLGUEROLS (Barcelona)  
Tel.: 938 122 314 mserra@m-serra.com  
www.m-serra.com

#### MEAT PROCESSING SYSTEMS SPAIN, S.A.U.



Instalaciones completas de mataderos  
Depuración de aguas  
Logística y Salas de despiece  
Anestesiado CO<sub>2</sub>

Tel.: 93 298 15 50 info.rui@marel.com  
Fax: 93 298 15 56 marel.com/meat

#### MECÁNICAS GARROTXA, S.A.

Instalaciones completas para sacrificio y faenado de porcino, vacuno y ovino.  
Salas de despiece y triperías.  
E+V: Clasificación por visión artificial.  
LONGWOOD: Palas de caucho americanas.  
LM: Armarios herméticos para equipos informáticos.



Terrassa, 17-25 • 17800 OLOT (Girona)  
Tel.: 972 26 07 24 • Fax: 972 26 92 72  
info@mecgarrotxa.com • www.mecgarrotxa.com

#### POLIURETANOS ELÁSTICOS, S.L.

Paletas depiladoras para máquinas de cerdos.  
Diseño original. Ruedas. Latiguillos blancos.



Ribera de Axpe, 2  
48950 ERANDIO (Bizkaia)  
Tel.: 944 648 504 • Fax: 944 649 306  
E-mail: pur@purelasticos.com • www.purelasticos.com

#### QUICIAL, S.L.



**KENTMASTER** - Marca líder mundial en maquinaria para mataderos y salas de despiece.  
Completa gama para cualquier necesidad.

**QUICIAL** - Líneas completas de equipamiento para mataderos.

Tel.: 972 268 285  
www.quicial.com infoquicial@quicial.com

#### ROSER (Roser Group)

Instalaciones para despiece de vacuno y porcino



Ctra. Riudellots, 11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@rosers-group.com  
Girona, Spain roser-group.com

#### TAESA - Grupo Industrial

Diseño, suministro y montaje de líneas completas para sacrificio y despiece de bovino, porcino y ovino.



Design, supply and installation of complete slaughtering lines for cattle, pigs and sheep.

09400 ARANDA DE DUERO-Burgos (España)  
Tel.: 00 34 947 51 06 24  
E-mail: tae@taesa-gi.com  
Web: www.taesa-gi.com

#### TOINCA

Instalaciones completas fábrica de embutidos, de jamón y salas de despiece.  
Material auxiliar - Bolsas de vacío - Cuerdas - Carros - Bandejas - Contenedores. Consultémoslos.  
TODO PARA LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA



Guadarrama, 6 • Pol. Ind. El Cerro • 40006 SEGOVIA  
Tel.: 921 41 21 41 E-mail: toinca@toinca.com  
Fax: 921 41 25 88 Web: www.toinca.com

### 1.6. Pavimentos

#### BASF

#### Construction Chemicals España, S.L.

Tecnologías y Productos para pavimentos industriales y decorativos



Ctra del Mig, 219 Tel.: 932 616 100  
08907 HOSPITALET DE LLOBREGAT Fax: 932 616 119  
(Barcelona) basf-cc@basf-cc.es  
www.master-builders-solutions.basf.es

#### SIKA, S.A.U.

Pavimentos y revestimientos, SIKAFLOOR/SIKAGUARD, para la industria alimentaria



Ctra. Fuencarral, 72  
28108 ALCOBENDAS (Madrid)  
Tel.: 91 657 23 75  
Fax: 91 662 19 38

Consulte la Guía online en

www.eurocarne.com/guia-pcg

**1.7. Puertas automáticas, herméticas, isotérmicas**

**TANÉ HERMETIC, S.L.**

Puertas herméticas industriales, isotérmicas, correderas y pivotantes.



Fabricante de puertas herméticas para la industria desde 1921.

Tel.: 972 29 09 77 tanehermetic@tanehermetic.com  
Fax: 972 29 05 02 www.tanehermetic.com

**1.8. Revestimientos y protecciones**

**COMSERVYS XXI PROYECTOS S.L.**



Empresa líder en distribución y montaje de PROTECCIONES DE POLIETILENO y REVESTIMIENTOS DE PVC para el sector agroalimentario

www.comservys.es - info@comservys.es  
Att. cliente: 628 31 47 96

**1.9. Sistemas de drenaje**

**ROSER (Roser Group)**

Sumideros de desagüe, canalinas y rejillas



Ctra. Riudellots,11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@rosers-group.com  
Girona, Spain roser-group.com

**ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS**



Soluciones para DRENAJE en ACERO INOXIDABLE

Bº Zubillaga, 89 - Apdo. 20  
20560 Oñati (Gipuzkoa) - Spain  
Tel.: 943 78 06 00  
Móvil: 670 49 62 12  
http://bit.ly/ulmadrenajeinox



**1.10. Tratamiento de aguas residuales**

**DINOTEC, S.L.**



Ingeniería y construcción: plantas "llave en mano".  
Gestión y tratamiento de lodos y olores.  
Tratamiento y depuración de aguas industriales.  
Mantenimiento y explotación de E.D.A.R. y E.T.A.P.

dinotec@dinotec.com www.dinotec.com  
C/ Parsi 3, nº 18 • 41016 Sevilla Tel: 95 425 25 20

**EQUIPOS DEON (Taesa Grupo Industrial)**

Plantas depuradoras compactas en acero inoxidable especialmente diseñadas para la industria cárnica



09400 ARANDA DE DUERO-Burgos (España)  
Tel.: 947 51 06 24 • Fax: 947 50 82 82  
E-mail: deon@taesa-gi.com  
Web: www.taesa-gi.com

**2 MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA MATADEROS Y SALAS DE DESPIECE**

**2.1. Aturdidores y sistemas de anestesiado**

**AZASA, S.A.**



- Pistola para sacrificio de animales (Bovino, Ovino, Porcino, Equino,...)  
- Fulminantes de diferentes potencias, homologados.  
- Varios modelos Cash Special, Cash Bolt, Larga, Grandes Animales.  
- Homologada según normativa vigente y marcado CE

Pza. Sta. Catalina de los Donados, 2 • 28013 MADRID  
Tel.: 915 481 806 azasa@azasa.es

**INTECAL, S.A.**



INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

**BUTINA:** Instalaciones de aturrido porcino mediante CO<sub>2</sub>  
**EFA:** Aturdidores de percusión neumáticos.  
**CASH:** Aturdidores de percusión con detonadores.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

**QUICIAL, S.L.**



GOZLIN /QUICIAL Completa gama de sistemas de aturrido - Pistolas neumáticas penetrantes / no penetrantes y aturdidores eléctricos, incluyendo registrador de datos de aturrido compatible y preparado para la nueva normativa.

Tel.: 972 268 285  
www.quicial.com infoquicial@quicial.com

**2.3. Clasificadoras de piezas**

**INDUSTRIES FAC, S.L.**



Clasificadoras pesadoras por peso para jamón, carnes, pescados, aves.  
Producciones desde 800-4.500 piezas/hora

Carretera de Sils C-63 Km 23  
17430 SANTA COLOMA DE FARNERS (Girona)  
Tel.: 972 84 20 65 info@industriasfac.com  
Fax: 972 84 27 42 www.industriasfac.com

**MAREL**

El clasificador compacto de Marel es adecuado para procesos sencillos de clasificación y agrupación por lotes aplicables a una amplia gama de productos. Proline Grader está diseñada para cumplir con todas las necesidades generales de clasificación y loteado. Sistemas de loteado para Peso Unificado.



Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**2.5. Equipos y sistemas para tratamiento de subproductos**

**MAQUINARIA INDUSTRIAL TORRAS, S.L.**



- Maquinaria para subproductos comestibles y triperías
- Brazos de carga
- Depiladoras de cochinillos
- Destructoras de tripas

C/ Tarragona, 28 08500 VIC (Barcelona)  
Tel.: +34 938 891 312 Fax: +34 938 890 589  
Web: www.torrassl.com E-mail: info@torrassl.com

**2.7. Maquinaria y sistemas para el procesado de tripas**

**INTECAL, S.A.**



INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

**M.C.M.:** Instalaciones completas y maquinaria para la limpieza y el tratamiento de tripas y subproductos comestibles.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

**MECÁNICAS GARROTXA, S.A.**

Instalaciones completas para triperías y despojos.

- Ferraroni Centrifugas para despojos
- Stridhs - Drechsel Procesado tripa fina / Calibrado / Entubado



Terrassa, 17-19 • 17800 OLOT (Girona)  
Tel.: 972 26 07 24 Fax: 972 26 92 72  
E-mail: info@mecgarrotxa.com  
Web: www.mecgarrotxa.com www.stridhs.com

**2.8. Mesas para manipulado**

**TAESA - Grupo Industrial**

Diseño, suministro y montaje de líneas completas para sacrificio y despiece de bovino, porcino y ovino.  
Design, supply and installation of complete slaughtering lines for cattle, pigs and sheep.



09400 ARANDA DE DUERO-Burgos (España)  
Tel.: 00 34 947 51 06 24  
E-mail: tae@taesa-gi.com  
Web: www.taesa-gi.com

## 3

### MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA INDUSTRIAS CÁRNICAS

#### 3.2. Amasadoras y mezcladoras

##### CATO (Roser Group)

Amasadoras con y sin vacío de 50 l. hasta 1.350 l.

Perfecta ligazón sin embarrado.



Ctra. Riudellots, 11  
17244 CASSÀ DE LA SELVA  
Girona. Spain

Tel.: (+34) 972 460 434  
roser@roser-group.com  
roser-group.com

##### DORDAL



Amasadoras / mezcladoras de 50 a 6.000 litros

C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

#### 3.3. Análisis de grasa

##### FOSS IBERIA, S.A.U.

## FOSS

Dedicated Analytical Solutions

Soluciones analíticas para la industria cárnica de cualquier tamaño, en línea y en el laboratorio, para optimizar el uso y el contenido de grasa en los productos cárnicos y materias primas

Avda. Josep Tarradellas, 8-10 • 08029 BARCELONA  
T. 934 949 940 infofoss@foss.es  
F. 934 052 176 www.foss.es

##### TOMRA SORTING, S.L.



QVision, equipos de análisis en continuo de composición y estandarización para elaborados cárnicos

Carrer Arquitecte Gaudi, 45 • 17480 ROSES (Girona)  
Tel.: +34 972 154 373 carne.iberia@tomra.com  
www.tomra.com/es/qvision

#### 3.4. Atadoras

##### COMERCIAL ELISEO ANDUJAR, S.L.

## ANDHER

TECNOLOGIA ALIMENTACION

Atadoras automáticas y semi-automáticas. Gran producción. Sin mantenimiento.

Pol. Ind. Alces (Fase 3) • C/ Airén, Parcelas B5 y B7  
13600 ALCÁZAR DE SAN JUAN (Ciudad Real)  
Tel.: 926 562 473 • Fax: 926 564 074  
info@andher.com • www.andher.com

##### INDUSTRIAS GASER, S.L.

## GASER

Atadoras automáticas y semi-automáticas

Ctra. Bescanó, 15 • Pol. Torre Mirona  
17190 SALT (Girona)  
Tel.: 972 23 65 72 • Fax: 972 23 63 66  
E-mail: gaser@gaser.com • Web: www.gaser.com

##### INTECAL, S.A.

## INTECAL

INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

SCHAD: Atadora de lazo para piezas cárnicas.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

##### MAQUINARIA GUSIÑÉ



## MAQUINARIA GUSIÑÉ

WIEGAND: MAQUINA ORIGINAL HÄNGFIX  
La auténtica cosedora para toda clase de piezas cárnicas que puedan ser colgadas.  
¡40 años de experiencia!

Banyoles, 4 • 17850 BESALÚ (Girona)  
Telf.: 972 574 065 info@maquinariagusine.com  
Fax: 972 576 368 www.maquinariagusine.com

#### 3.5. Bombos

##### DORDAL

Bombos de masaje al vacío de 20 a 10.000 litros.  
Inyectores de baja presión de 10 a 424 agujas.  
Agujas intercambiables para todo tipo de productos.



C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

#### 3.6. Cutters, picadoras, trituradoras

##### CATO (Roser Group)

Cutters con y sin vacío.

Picadoras todos los modelos para fresco y congelado con pre-mezclado, etc.



Ctra. Riudellots, 11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@roser-group.com  
Girona. Spain roser-group.com

##### DORDAL

Cutters con y sin vacío de 65 a 750 litros.  
Picadoras para fresco y congelado de boca 130 a 400 mm.  
Picadora-Mezcladora.



C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

#### 3.7. Embutidoras

##### CATO (Roser Group)

Embutidoras continuas al vacío con porcionador y retorcedor.

Líneas automáticas.



Ctra. Riudellots, 11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@roser-group.com  
Girona. Spain roser-group.com

##### COMERCIAL ELISEO ANDUJAR, S.L.

## ANDHER

TECNOLOGIA ALIMENTACION

Embutidoras continuas al vacío electrónicas con porcionador.

Embutidoras pistón con sistema de vacío VAE-10.

Pol. Ind. Alces (Fase 3) • C/ Airén, Parcelas B5 y B7  
13600 ALCÁZAR DE SAN JUAN (Ciudad Real)  
Tel.: 926 562 473 • Fax: 926 564 074  
info@andher.com • www.andher.com

##### DORDAL

Embutidoras continuas al vacío.

Dispositivos de retorsión para tripa natural y artificial.

Líneas de salchichas y picadas.



C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

##### INDUSTRIAS GASER, S.L.

## GASER

Embutidoras de pistón eléctricas (sin aceite)  
Embutidoras de pistón hidráulicas  
Embutidoras continuas al vacío

Ctra. Bescanó, 15 • Pol. Torre Mirona  
17190 SALT (Girona)  
Tel.: 972 23 65 72 • Fax: 972 23 63 66  
E-mail: gaser@gaser.com • Web: www.gaser.com

##### PUJOLÀS, S.L.



Líneas Automáticas y Semi Automáticas para el Embuchado, para Carnes Curadas, Frescas, Jamón, Paleta, Panceta, Lomos Cabeceros, Cecina, Filetes, Atún, Bacalao, Surimi

Pol. Ind. Pla Politger 2  
17854 SANT JAUME DE LLIERCA (Girona)  
Tel.: +34 972 26 92 78 dep.comercial@pujolas.com  
Fax: +34 972 26 62 76 www.pujolas.com

**3.8. Empanadoras**

**INDUSTRIAS GASER, S.L.**



Empanadoras-rebozadoras

Ctra. Bescanó, 15 • Pol. Torre Mirona  
17190 SALT (Girona)  
Tel.: 972 23 65 72 • Fax: 972 23 63 66  
E-mail: gaser@gaser.com • Web: www.gaser.com

**MAREL**



La BreedingApplicator de Marel Townsend distribuye de forma uniforme la miga sobre los productos manteniendo la estructura de la misma.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**3.9. Enmalladoras**

**QUICIAL, S.L.**



Enmalladora neumática inox. para todo tipo de embutidos, jamones y paletas.



Tel.: 972 268 285 infoquicial@quicial.com  
www.quicial.com

**T-O-M TYE-O-MATIC B.V.**

**WWW.TOMMALLAS.NL**



T-O-M Tye-O-matic B.V. info@tomnet.nl  
P.O. Box 146, 7150 AC Eibergen www.tommallas.nl  
The Netherlands tel:+31(0)545-476576

**3.10. Equipos para cocción y fritura**

**M. SERRA, S.A.**

Equipos para cocción y fritura:  
- Freidoras continuas.  
- Marmitas.  
- Marmitas con removedor.  
- Equipos de cocción al vacío.  
- Fundidoras de manteca.



C/ Timó 32-34 • 08519 FOLGUEROLAS (Barcelona)  
Tel.: 938 122 314 mserra@m-serra.com  
www.m-serra.com

**Para anunciarse en este directorio:**  
**Tel: 91 378 09 22**  
**eurocarne**

**3.11. Formadoras de hamburguesas, albóndigas, croquetas**

**DORDAL**

Formadoras de hamburguesas de aspecto artesanal.  
Formadoras de albóndigas y croquetas, con salidas múltiples.



C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

**INDUSTRIAS GASER, S.L.**



Formadoras de hamburguesas, albóndigas, croquetas y canelones.

Ctra. Bescanó, 15 • Pol. Torre Mirona  
17190 SALT (Girona)  
Tel.: 972 23 65 72 • Fax: 972 23 63 66  
E-mail: gaser@gaser.com • Web: www.gaser.com

**MAREL**



Marel ofrece productos perfectamente formados a baja presión. La Revoportioner porcina y forma todo tipo de masas cárnicas en 3D, con la más amplia variedad.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**3.13. Inyectoras**

**AGUJAS INYECTORA**



Fabricante experto en agujas de inyección. Calidad - Precio - Diseño personalizado

Contacto  
Tel.: 972 579 094 info@agujasinyectora.com  
www.agujasinyectora.com

**MAREL**



Las inyectoras Marel proporcionan una inyección a baja presión para productos de alta calidad.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**OGALSA (Roser Group)**

Empresa líder en la fabricación de maquinaria y sistemas para la elaboración de productos inyectados.



Estamos especializados en inyectoras de alta tecnología junto con sus complementos, tenderizadores, turbo agitadores, sistemas de preparación de salmuera, etc.

Ctra. Riudellots,11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@rosers-group.com  
Girona, Spain roser-group.com

**3.16. Líneas de proceso**

**DORDAL**

Líneas de producción completas para la elaboración de productos cárnicos, avícolas, pescado y queso.



C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

**FOOD PROCESSING SYSTEMS, S.L.**



VELATI: Maquinaria y líneas para elaboración de embutidos. VE.MA.C.: Automatización prensado maximalde jamones/paletas, robotización, movimentación. SÁIMEC: Maquinaria para proceso de jamón curado y embutidos, deshuese.

Marqués de Monistrol 6, oficina 9  
08970 SANT JOAN DESPI (Barcelona)  
Tel.: 931 189 371 info@fpsfoodtec.com  
Móvil: 663 780 380 www.fpsfoodtec.com

**GEA FOOD SOLUTIONS**



GEA Food Solutions les ofrece equipos individuales y soluciones integrales para la elaboración, preparación y envasado, principalmente para productos cárnicos, avícolas, pescado, queso, productos del mar y vegetales.

08403 GRANOLLERS (Barcelona)  
Tel.: 902 44 44 90 E-mail: iberia.gea-fs@gea.com  
Fax: 902 44 44 91 Web: www.gea.com

**GRUPALIA PACK SOLUCIONES, SL**  
**ARCTECNO APLICACIONES, SL**



• Líneas de envasado: G. MONDINI  
• Identificación: RAVENWOOD, ARCA y SATO  
• Líneas de pelado de barras de embutido.

C/ Migjorn, n°11 • 17240 Llagostera (Girona)  
Tel.: 972 83 19 19 www.grupaliapack.com  
Fax: 972 83 19 20 www.arctecno.com

## INDUSTRIES FAC, S.L.

Servicio técnico y comercial de las siguientes grandes marcas: **TECNICAL, TECAU, VERINOX, HENKOVAC, NIEROS, PND, CREMINOX y TURATTI**. Desde esta red le ofrecemos el diseño y fabricación tanto de equipos individuales como de líneas completas de elaboración.



Carretera de Sils C-63 Km 23  
17430 SANTA COLOMA DE FARNERS (Girona)  
Tel.: 972 84 20 65 info@industriasfac.com  
Fax: 972 84 27 42 www.industriasfac.com

## ROSER (Roser Group)

Instalaciones completas para salazón de jamones



Ctra. Riudellots,11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@roser-group.com  
Girona. Spain roser-group.com

## 4 MAQUINARIA E INSTRUMENTOS DE CORTE

### 4.1. Cortadoras

#### DORDAL

Cortadoras de chuletas, carne fresca y salchichas.

Cortadoras de dados semi-automáticas y automáticas.

Guillotinas para carne congelada.



C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

## MAREL



Streamline representa un concepto innovador en el despiece, ofreciendo mejores niveles de rendimiento y calidad de producto. Deboflex es la base de los futuros sistemas de deshuese de porcino.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

### 3.20. Prensas

## INDUSTRIES FAC, S.L.



Prensas moldeadoras de 1-2-3 dimensiones para todo tipo de carnes y derivados en sistemas manual y automático

Carretera de Sils C-63 Km 23  
17430 SANTA COLOMA DE FARNERS (Girona)  
Tel.: 972 84 20 65 info@industriasfac.com  
Fax: 972 84 27 42 www.industriasfac.com

### 3.18. Maquinaria para salazón de jamón curado

## DORDAL



Secaderos para Jamones y Embutidos. Salas Blancas.

C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

## PUJOLÀS, S.L.

Prensas Semi Automáticas de Distintos Formatos para distintos productos Curados y Frescos.



RENDIMIENTO Y COMPROMISO para la industria alimentaria

Prensas Formadoras con sistema de Carga y Descarga Automáticas, Sistema 3D con moldes abiertos para todo tipo de Carnes Curadas y Frescas, Con Merma 0.

Pol. Ind. Pla Politger 2  
17854 SANT JAUME DE LLIERCA (Girona)  
Tel.: +34 972 26 92 78 dep.comercial@pujolas.com  
Fax: +34 972 26 62 76 www.pujolas.com

## HARATEK INPORTAKETA, S.L.U.

Cortadora TVI de carne fresca con y sin hueso, mínimas mermas y gran ahorro de personal.



Haratek

Pol.Ind. Zamoka. Pº Oialume, 13, local 21A, nave A  
20115 ASTIGARRAGA (Gipuzkoa)  
Tel.: 943 332 821 web: www.haratek.com  
Fax: 943 550 162 e-mail: info@haratek.com

## INTECAL, S.A.



INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

MAJA: Cortadoras fileteadoras de carne fresca.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

## INDUSTRIES FAC, S.L.



Maquinaria y líneas completas para la elaboración del jamón curado. Salazón, lavado, mantecado, deshuesado y prensado. TECAU: especialista en el descortezado y deshuesado del jamón.

Carretera de Sils C-63 Km 23  
17430 SANTA COLOMA DE FARNERS (Girona)  
Tel.: 972 84 20 65 info@industriasfac.com  
Fax: 972 84 27 42 www.industriasfac.com

## SPRAYING SYSTEMS SPAIN, S.L.



Spraying Systems Spain, S.L.

Experts in spray technology

Sistemas de Pulverización - Boquillas

Lavadores de Tanques

Equipos de Secado por Aire

Dosificación de Antimicrobianos

Agustín Lara, 1 bis • 28023 MADRID  
Tel.: 913 574 020 E-mail: info@spray.es  
Fax: 913 574 303 Web: www.spray.es

## MAREL



Marel cuenta con la mayor y más completa gama de equipos para cortar y porcionar cualquier producto fresco y/o curado, también a peso fijo.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

## PUJOLÀS, S.L.

Líneas completas para el sistema de elaboración en el proceso del jamón curado y lomos: Bombos, Elevadores, Mezcladores, Mantecadoras, Conformadoras, Cortadoras Lavadoras, Cepilladoras, Deshuesado y Descortezado.



RENDIMIENTO Y COMPROMISO para la industria alimentaria

Pol. Ind. Pla Politger 2  
17854 SANT JAUME DE LLIERCA (Girona)  
Tel.: +34 972 26 92 78 dep.comercial@pujolas.com  
Fax: +34 972 26 62 76 www.pujolas.com

475 €/año

INCLUYE

- anuncio en 10 números de la revista
- anuncio en la edición de Internet
- suscripción anual a **EUROCARNE**
- acceso a canales de pago de: [www.eurocarnedigital.com](http://www.eurocarnedigital.com)

Más información: [publicidad@eurocarne.com](mailto:publicidad@eurocarne.com)

### 4.2. Cuchillería

## ARCOS HERMANOS, S.A.



Fabricante de cuchillería profesional desde 1734.

Amplia gama de cuchillos para la industria cárnica y alimentaria.

Avda. Gregorio Arcos, 38 • 02007 ALBACETE  
Tel.: 967 210 261 comercial@arcos.com  
Fax: 967 241 318 www.arcos.com

**BUENO HERMANOS, S.A.**

**3 Claveles**

1 9 3 0

Fabricante de tijeras y cuchillos profesionales.  
Cárnicas, Hostelería y Corte de Jamón.

Pol. Ind. Cantabria I • C/ Barrigüelo 6  
26009 LOGROÑO (La Rioja)  
Tel: 941 27 27 27 comercial@buenohermanos.com  
Fax: 941 27 27 26 www.3claveles.com

**CUCHILLERÍA JIMÉNEZ HERMANOS, S.L.**

**JBK**

CUCHILLERÍA PROFESIONAL

Avd. Levante, km 1  
02230 MADRIGUERAS (Albacete) Tel.: 967 48 40 72  
www.cuchilleriajimenez.com Fax: 967 48 51 20  
cuchilleria@cuchilleriajimenez.com

**INTECAL, S.A.**

**INTECAL**

INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

**DICK:** Cuchillos, aceros, repasadores y afiladoras.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

**QUICIAL, S.L.**

**Quicial**  
maquinaria cárnica

**IBEX**  
INDUSTRIES

Cuchillos circulares eléctricos y neumáticos.

Afiladoras de cuchillos.

Tel.: 972 268 285  
www.quicial.com infoquicial@quicial.com

**4.3. Deshuesadoras, descortezadoras**

**CRUELLS TALLERES, S.L.**

**cruells**

Guillotinas para congelados. Cuchillos neumáticos.  
Deshuesadoras, Descortezadoras  
y Gubadoras neumáticas de jamones.  
Cutters. Automatización de procesos.

Pere Llosas, 4 17800 OLOT (Girona)  
cruells@cruells.net Tel.: 972 260 531  
www.cruells.net Fax: 972 266 154

**DORDAL**

**dordal**

Descortezadoras y desveladoras de carne.  
Peladoras de pescado.

C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

**INTECAL, S.A.**

**INTECAL**

INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

**MAJA:** Descortezadoras y desveladoras  
de carne y peladoras de pescado.

**R.M.:** Descortezadoras neumáticas manuales  
para jamones frescos y curados.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

**MAQUINARIA GUSIÑÉ**



**MAQUINARIA  
GUSIÑÉ**

**NOCK:** máquinas descortezadoras y desveladoras  
para carne y pescado  
y especial para jamones curados

Banyoles, 4 • 17850 BESALÚ (Girona)  
Telf.: 972 574 065 info@maquinariagusine.com  
Fax: 972 576 368 www.maquinariagusine.com

**QUICIAL, S.L.**

**Quicial**  
maquinaria cárnica

**QUICIAL.** Expertos en máquinas descortezadoras  
y deshuesadoras para jamón. Garantía de  
productividad y de fiabilidad gracias a nuestra  
colaboración con empresas de deshuesado.

Tel.: 972 268 285  
www.quicial.com infoquicial@quicial.com

**4.4. Jamoneros, tablas de corte,  
artículos promocionales**

**STEEL BLADE, S.L.**

**steelBlade**

Fabricantes de jamoneras, cuchillos, tablas de cortar y menaje.  
Distribuimos herramientas, afiladoras, repuestos y cuchillas.  
Marcas: steelBlade, FILUM, Dick, Von den Steinen, Stefflex.

Parque Empresarial Campollano, C/ H, 2  
02006 ALBACETE Fax: +34 967 522 194  
Tel.: +34 967 522 267 info@steelblade.es

**4.6. Maquinaria y utillaje de corte.  
Afiladoras y afilados**

**INTECAL, S.A.**

**INTECAL**

INDUSTRIAL TÉCNICO ALIMENTARIA S.A.

**EFA:** Sierras y cizallas. Cintas de sierra.  
**WHIZARD:** Cuchillos circulares eléctricos y neumáticos.  
**AIRSHIRZ:** Tijeras neumáticas.

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

**MERCAFILO, S.L.**

- Empresa líder en productos y servicios para la industria cárnica.
- Cuchillos profesionales IVO.
- Cuchillas para loncheadoras, termoformadoras, chuleteras, etc.
- Cintas de sierra para carne, hueso y congelado.
- Placas y cuchillas picadoras.
- Servicio de afilado profesional.
- Guantes y delantales anticorte.



Tel.: 963 410 335 www.mercafilo.es  
Fax: 963 805 750 info@mercafilo.es

**PRIMEDGE IBÉRICA**

**COZZINI PRIMEEdge**  
CUTTING EDGES AND SHARPENING SOLUTIONS

Herramientas de corte para la industria cárnica.  
Utillaje y maquinaria de afilado. • Cuchillas para:  
cutter, loncheadoras, chuleteras, termoformadoras etc.  
• Cuchillas descortezadoras, cintas de sierra.  
• Placas y cuchillas para molinos y picadoras.  
• Maquinas de afilado, Aceros, Ergo Steel.

Tel.: 985 403 582 primedge-iberica@primedge.com  
Móvil: 609 186 722 www.primedge.com

**TEÓFILO ROSETE**

**GIESSER®:** Cuchillos. **rosete**

**KNECHT®:** Afiladoras. corte y afilado

**LUTZ®:** Descortezadoras. Cintas de sierra.  
**L & W®:** Placas y cuchillas. • Molinos Ks Inotec.  
**ASTOR®:** Cuchillas para: Loncheadoras, Cutter.  
Termoformadoras, Chuleteras, Aguja inyectoras, etc.  
**ROSETE®:** Servicio profesional de afilado.

Ctra. AS-115, Km 3. 33594 RALES DE LLANES (Asturias)  
Tel.: 985 40 61 11 info@teofilorosete-sl.es  
Fax: 985 40 61 47 www.teofilorosete-sl.es

**5 ADITIVOS  
Y MATERIAS PRIMAS**

**5.1. Aditivos**

**CHEMITAL, S.A.U.**

Soluciones en conservación,  
preparados completos,  
aditivos e ingredientes  
para la industria cárnica.



Pl. Sant Pere Molanta. Av. Mare de Déu de Montserrat, 14-22  
08799 Olerdola - BARCELONA (Spain)  
Tel.: +34 937 861 253 • Fax: +34 937 316 798  
E-mail: chemital@chemital.es • Web: www.chemital.es

**CHR. HANSEN, S.L.**

**CHR HANSEN**

Improving food & health

Cultivos y colorantes naturales  
para la industria cárnica

C/ Llull, 321-329; 1ºB • 08019 Barcelona  
Tel.: 93 490 4466  
Fax: 93 330 6362 esavi@chr-hansen.com

## GRUPO CARINSA (CARINSA-PAYMSA)



Formulaciones, procesos,  
aromas, preparados  
y aditivos para la industria cárnica.

P.I. Can Llobet • Carrasco i Formiguera, 5  
08192 SANT QUIRZE (Barcelona)  
Tel.: 937 111 345 • Fax: 937 115 789  
E-mail: info@paymsa.com

## MANUFACTURAS CEYLAN, S.L.



AROMAS, FORMULACIONES, PROCESOS,  
PREPARADOS Y ADITIVOS  
PARA LA INDUSTRIA CÁRNICA

C/ Traginers, 6 • Pol. Vara de Quart • 46014 Valencia  
Tel. 00 34 96 379 88 00 info@ceylan.es  
Fax. 00 34 96 379 95 70 www.ceylan.es

## PEDRO MAS SAYÓS, S.C.P.

**PEDRO MAS SAYÓS, S.C.P.**

FABRICANTE DE ADITIVOS PARA EL SECTOR CÁRNICO  
Especialistas en fórmulas personalizadas  
en las gamas de fresco, cocido y seco.  
Nos avalan más de 30 años de experiencia.

C/ Ezequiel Llorach, s/n Tel.: 973 156 186  
25412 ELS OMELLONS (Lérida) Móvil: 696 388 903  
pedromassayos@gmail.com

## 5.2. Aromas

## MANUFACTURAS CEYLAN, S.L.



AROMAS, FORMULACIONES, PROCESOS,  
PREPARADOS Y ADITIVOS  
PARA LA INDUSTRIA CÁRNICA

C/ Traginers, 6 • Pol. Vara de Quart • 46014 Valencia  
Tel. 00 34 96 379 88 00 info@ceylan.es  
Fax. 00 34 96 379 95 70 www.ceylan.es

## 5.4. Especies, condimentos. Otros ingredientes

## ADPAN EUROPA, S.L.



En Adpan trabajamos constantemente en  
la evolución de nuestros alimentos,  
investigando nuevas posibilidades para  
mejorar la calidad de vida de  
nuestros clientes.

Descubre todos nuestros productos en: [www.adpan.es](http://www.adpan.es)  
y síguenos en Facebook y Twitter

Avda. Langreo nº 12 - 33186  
El Berrón - Siero - Asturias - España - UE  
Tlf.: + 34 985 743 627  
Fax.: + 34 985 743 720

## JULIO CRIADO GÓMEZ, S.A.

Todo lo necesario  
en la industria  
de la carne



Valdemorillo, nave 62 • Pol. Ventorro del Cano  
28925 ALCORCÓN (Madrid)  
Tel.: 916 33 26 51 • Fax: 916 32 40 50  
info@juliocriado.com • www.juliocriado.com

## LA CHINATA

Pimentón Ahumado  
"La Chinata"



DOP  
Pimentón  
de la Vera



Color, sabor y aroma

Ctra. de Trujillo, Km. 1 • 10600 PLASENCIA (Cáceres)  
Tel.: +34 927 41 12 27 info@lachinata.com  
Fax: +34 927 41 79 53 www.lachinata.com

## PIMENTÓN LA ESENCIA DE LA VERA MARCA REGISTRADA TIBURCIO PÉREZ TRANCÓN, S.L.



Tiburcio Pérez Trancón S.L.

Avda. Constitución, 2  
10430 CUACOS DE YUSTE (Cáceres)  
Tel.: 927 17 20 75 info@laesenciadelavera.com  
Fax: 927 17 20 98 www.laesenciadelavera.com

## PROANDA

**PROANDA**  
PROVEEDOR ANDALUZA, S.L.

Laboratorio, fórmulas completas, especias,  
precocinados, aditivos.

Apartado de Correos 8865 • 41080 SEVILLA  
Ctra. Sevilla-Málaga, Km. 3,3  
Tel.: 902 100 995 info@proanda.com  
Fax: 954 403 117 www.proanda.com

## PRODUCTOS RUCA, S.L.

Sabor, Tradición y Tecnología  
para la Industria Alimentaria



Polígono Industrial Asegra • c/ Granada, 8  
18210 PELIGROS (Granada)  
Tel.: 958 405 001 • Fax: 958 402 875  
www.especiassruca.com

## 5.5. Preparados completos para elaboración de productos cárnicos

## ANTONIO VILLORIA, S.A.

**ANVISA**



Preparados y coadyuvantes tecnológicos  
para la industria alimentaria.  
Investigación y desarrollo a su servicio.

Tels.: 91 871 63 14 / 64 14 anvisa@anvisa.com  
www.anvisa.com

## CUSARY & FEMA, S.L.



Ingredientes para la vida

www.cusary-fema.com  
info@cusary-fema.com • 976 88 13 31

## JOSEFA ESTELLÉS MAYOR, S.L.

### LA CAMPANA

Diseño y elaboración  
de fórmulas y especias  
para productos cárnicos  
y alimentación.



Laboratorio certificado UNE EN ISO 9001

Pol. Ind. Plá de Rascanya • c/ Safareig, s/n  
46160 LLIRIA (Valencia)  
Tel.: +34 96 370 61 62 • Fax: +34 96 379 56 85  
lacampana@lacampana1800.com  
www.lacampana1800.com

## MANE IBÉRICA, S.A.



Mezclas y Soluciones completas para el sector  
cárnico y salado. Centro de diseño y aplicación  
cárnica perfectamente adaptado a los procesos  
de fabricación de nuestros clientes.

Ctra. Molins a Sabadell, km. 13,3  
08191 RUBÍ (Barcelona) Tel: +34 93 587 36 78  
csd.rubi@MANE.com

## MANUFACTURAS CEYLAN, S.L.



AROMAS, FORMULACIONES, PROCESOS,  
PREPARADOS Y ADITIVOS  
PARA LA INDUSTRIA CÁRNICA

C/ Traginers, 6 • Pol. Vara de Quart • 46014 Valencia  
Tel. 00 34 96 379 88 00 info@ceylan.es  
Fax. 00 34 96 379 95 70 www.ceylan.es

**TABERNER, S.A.**

Preparados completos para Productos Cárnicos, Especies, Hierbas Aromáticas y Deshidratados



Autovía A-3 Madrid-Valencia, Km. 343.  
46930 QUART DE POBLET (Valencia)  
Tel.: 961 597 380 • Fax: 961 920 659  
E-mail: taberner@taberner.es • www.taberner.es

**TECNUFAR IBÉRICA, S.L.**



Proveedor de ingredientes para la industria alimentaria. Especialistas en mezclas de especias, aditivos y marinados para productos cárnicos.

C/ Antonio López, 249, 1C  
28041 Madrid comercial@tecnufar.com  
Tel.: 91 500 10 26 www.tecnufar.com

**5.6. Sal y salmueras**

**SALES ALTAVA PORCAR, S.L.**

Sales marinas y vacuum para la industria. Sales con contenido reducido en sodio. Sales sin sodio. Granulometrías especiales.



Pol. Ind. Pi Gros 2 • Calle Fuentes de Ayódar, 2  
12005 CASTELLÓN DE LA PLANA (Castellón)  
Tel.: 964 241 844 • info@altava.es • www.altava.es

**5.7. Tripas artificiales y recubrimientos**

**EDICAS**



Tripas de colágeno artificial comestible. Amplia variedad de acabados, colores y calibres.

Polígono Industrial Mas d'en Bosch  
c/ Santiago Rusiñol Prats, 16-21 • 17500 RIPOLL (Girona)  
Tel.: +34 972 715 736 www.edicas.es  
Fax: +34 972 702 501 edicas@edicas.es

**El directorio más completo de proveedores del sector cárnico**

**5.8. Tripas naturales y pieles**

**ECOTRIP**



naturalmente sano

Empresa líder en la producción y distribución de tripas naturales.



+34 958 712 283  
info@ecotrip.es  
ecotrip.es



**EUROCASING TRIPAS Y SUBPRODUCTOS, S.L.**



EUROCASING TRIPAS Y SUBPRODUCTOS, S.L.

Tripas naturales, tripas artificiales, subproductos.

C/ Comerç, 14-16 • 08504 SANT JULIÀ DE VILATORTA (Barcelona)  
Teléfono: +34 629 370 095  
info@eurocasing.es www.eurocasing.es

**GALLEN CASINGS**

vgallent.es



Tripa natural para elaboración de embutido

C/ Artesanía, 36 Pol. Ind. "El Cristo"  
46930 Quart de Poblet (Valencia)  
Tel.: +34 961 525 080

**TRIPASUR, S.L.**



TRIPAS NATURALES PARA EMBUTIDOS  
CALIDAD Y SERVICIO

Dehesa Baja, s/n  
29570 CÁRTAMA (Málaga)  
Tel.: 952 420 695/421 019 • Fax: 952 420 021  
E-mail: tripasur@telefonica.net



**6.3. Equipos de congelación**

**ELKOMA, S.A.**



Armarios y Cámaras para maduración de carne. Túneles de Ultracongelación para carros. Ultracongelación/Refrigeración en línea para procesos automatizados.

Cámaras de Congelación / Conservación / Refrigeración.

C/ Motores, 149. Nave 5 • 08038 BARCELONA  
Tel.: 932 232 900 elkoma@elkoma.com  
Fax: 932 233 455 www.elkoma.com

**MAREL**

Marel dispone de una amplia gama de equipos de congelación, túneles de congelado en Espiral IXP, túnel de congelado en Espirales, túnel de congelado Easyclean, túnel de congelado Energía Mk8, túneles de congelado Single Crust, túneles de congelado para carros y túneles de endurecimiento (recongelación).

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**6.4. Equipos de descongelación**

**MAREL**



El acondicionador Espiral es un concepto nuevo y eficaz para atemperar productos congelados sin mermas durante el proceso.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**6.5. Hornos**

**DORDAL**



Hornos de ahumado y cocción.

C/ Cataluña, 22 • Pol. Ind. Ca n'Oller  
08130 STA. PERPÈTUA DE MOGODA (Barcelona)  
Tel.: +34 93 544 38 00 dordal@dordal.com  
Fax: +34 93 560 41 50 www.dordal.com

**6.6. Refrigeración industrial**

**INDUSTRIAL LERIDANA DEL FRÍO, S.L.**



Frio Industrial, Secaderos, Telegestión

Estamos en Barcelona, Lleida y Zaragoza  
Tf. 973 202 441 • Fax 973 210 813 • info@ilerfred.com  
www.ilerfred.com

**SYSTEMFROST Ingeniería y Servicios, S.A.**

Soluciones Frigoríficas: Diseño, Ejecución, Mantenimiento, Asesoramiento técnico, Legalización, Control Remoto, Mejoras Energéticas, etc...



Encuétranos en: Madrid, Logroño, Barcelona, Granada, Bilbao, Cádiz, Algeciras, Canarias y Santiago de Chile.  
Tel.: 941 433 512 comercial@systemfrost.com  
www.systemfrost.com

## TUCAL, S.L.

Diseño, fabricación e instalación de equipamiento frigorífico: armarios de congelación por placas, generadores de hielo, cámaras frigoríficas y túneles de congelación.



Parroquia de Guisamo, B-13 • P.I. de Bergondo  
15165 BERGONDO (La Coruña)  
Tel.: 981 795 722 • Fax: 981 795 724  
E-mail: tucal@tucal.es • Web: www.tucal.es

## 6.7. Secaderos para jamones y embutidos

## REFRIGERACIÓN CASASSAS SA

1948 - 2014

Fabricantes de Secaderos de jamones, embutidos y quesos, Túneles de congelación, Salas Blancas, Cámaras de Descongelación



Estudiamos diseñamos e implantamos soluciones a medida para adaptarse al nuevo impuesto de los gases fluorados de efecto invernadero.

Ctra. N-Ila, 47 • 17458 FORNELLS DE LA SELVA (Girona)  
Tel.: 972 476 253 refrica@refrica.com  
Fax: 972 476 461 www.refrica.com

## 7 ALMACENAMIENTO, MANUTENCIÓN Y TRANSPORTE

## 7.1. Almacenaje y manutención

## HELCESA

### HELMÁNTICA DE CERRAJERÍA, S.L.

Especialistas en palets y perchas para jamones y embutidos.



Todo tipo de accesorios y utensilios de acero inox. para la industria cárnica. Carrilería aérea. Maquinaria. Cintas transportadoras.

Pol. Ind. Castellanos. Parcela 501.  
37439 CASTELLANOS DE MORISCOS (Salamanca)  
E-mail: info@helcesa.com • Web: www.helcesa.com  
Telf.: 923 361 409 • Fax: 923 361 410

## J.E. JORMAN, S.L.U.



Equipamientos para la industria alimentaria

Especializados en almacenaje y manutención:  
- Racks para curado, cocido y secado.  
- Barras (cañas) para cuelgue de embutido.  
- Bandejas, carros, cubetas y contenedores.  
- Sistemas de drenaje y protecciones.

P.I. El Verdaguer T. +34 938 506 387  
Francesc Puget, 51-53 info@jejorman.com  
08560 MANLLEU (Barcelona) www.jejorman.com

## SSI SCHAEFER SISTEMAS INTL., S.L.



Soluciones eficientes de intralogística y manutención para su almacén.

C/ Can Pi, 17 • Pol. Ind. Gran Vía Sud  
08908 L'HOSPITALET DE LLOBREGAT (Barcelona)  
Tel.: 902109669 marketing@ssi-schaefer.es  
www.ssi-schaefer.es

## TAESA - Grupo Industrial

Diseño, suministro y montaje de transportadores aéreos en secaderos, salas de despiece y mataderos.



Design, supply and assembly of overhead conveyor tracks for slaughterhouses, ham curing barns and cutting lines.

09400 ARANDA DE DUERO-Burgos (España)  
Tel.: 00 34 947 51 06 24  
E-mail: tae@taesa-gi.com Web: www.taesa-gi.com

## 7.3. Bandejas, carros, cubetas y contenedores

## ROTOGAL, S.L.U.



Fabricantes de carros cutter y contenedores paletizados higiénicos de gran resistencia.

Especialistas en desarrollo de productos de manutención a medida: cajas, contenedores, tolvas, depósitos y pallets.

Pol. Ind. Espiñeira, 36B • 15930 BOIRO (A Coruña)  
Tel.: 981 849 901 rotogal@rotogal.com  
Fax: 981 849 902 www.rotogal.com

## 7.6. Palets

## RIBAWOOD

El mayor FABRICANTE de palets de plástico del sur de Europa.



RIBAWOOD

Adelantándonos al futuro. Palets, cajas y contenedores de plástico.

Pol Ind. San Miguel, Sector 4 - C/ Albert Einstein, 2  
50830 VILLANUEVA DE GÁLLEGO (Zaragoza)  
Tel.: +34 976 185 825  
Fax: +34 976 451 134 www.ribawood.com

## 7.7. Ruedas

## RUEDAS J. FORT



- Soportes inox. gama media y gama pesada.  
- Ruedas: poliamida, poliuretano termorresistente

Viladomat, 29 • 08015 BARCELONA  
Tel.: 93 424 20 51 jfort@jfort.es  
Fax: 93 424 24 07 http://www.jfort.es

## 7.8. Transportadores aéreos

## M. SERRA, S.A.



Diseño e instalación de carriles aéreos en cámaras para mataderos y salas de despiece.

C/ Timó 32-34 • 08519 FOLGUEROLS (Barcelona)  
Tel.: 938 122 314 mserra@m-serra.com  
www.m-serra.com

## TAESA - Grupo Industrial

Diseño, suministro y montaje de transportadores aéreos en secaderos, salas de despiece y mataderos.



Design, supply and assembly of overhead conveyor tracks for slaughterhouses, ham curing barns and cutting lines.

09400 ARANDA DE DUERO-Burgos (España)  
Tel.: 00 34 947 51 06 24  
E-mail: tae@taesa-gi.com Web: www.taesa-gi.com

## 8 ENVASADO, EMBALAJE Y ETIQUETADO

## 8.1. Balanzas y sistemas de pesaje

## ALBERTO ARANDA

Servicio Técnico y venta de Maquinaria de Alimentación, Industria Cárnica y Hostelería.



C/ Luis Claudio, 18 Tel.: 915 086 488  
28044 MADRID Fax: 915 113 122  
albertoaranda@reparacionymaquinaria.com  
www.reparacionymaquinaria.com

## CIMA & ISHIDA



Ishida Europe es un líder mundial en el diseño, fabricación e instalación de soluciones completas con líneas de pesaje y de envasado para la industria alimentaria

CIMA SA • Gran Vía, 774 - 7ª Pl. • 08013 BARCELONA  
Tel.: +34 93 246 94 05 cima@cimasa.com  
Fax: +34 93 231 60 62 www.cimasa.com

## DIBAL, S.A.



Equipos de pesaje, etiquetado, control y clasificación por peso y detección de metales

Astintze, 26 Tel.: 94 452 15 10  
48160 DERIO (Vizcaya) Fax: 94 452 36 58  
E-mail: dibal@dibal.com Web: www.dibal.com

Consulte la Guía online en [www.eurocarne.com/guia-pcg](http://www.eurocarne.com/guia-pcg)

**ESPERA IBÉRICA, S.A.**



Equipos de Pesaje.  
Etiquetado, Control de Peso e Inspección.

C/ Fresadora, 2. Pol. Ind. Santa Ana  
28522 RIVAS VACIAMADRID (Madrid)  
Tel.: 916 666 778 info@esperaiberica.es  
www.espera.com

**MAREL**



Marel es la empresa  
con mayor rango de sistemas de pesaje del sector.  
Sistemas de loteado, clasificadores,  
básculas industriales,  
equipos y sistemas de final de línea.

Tel.: 93 636 35 93 info.es@marel.com  
Fax: 93 665 58 43 www.marel.com

**8.2. Cordelería y mallas**

**FILICOR, S.L. - CASA SOL**

Todo tipo de cordeles  
y cuerdas para la  
industria cárnica:



• Para atadoras: TAVIL... • Para grapadoras • Para atadoras hilo continuo: ANDHER, RISCO, CAME... • Para atar a mano  
Mallas elásticas. Fundas y cuerdas para jamones.  
Distribución de productos VIKAN, fabricante líder  
en utensilios higiénicos de limpieza.

Ctra. del Torn, sn; Km. 0,5 • 17830 MIERES (Girona)  
Tel.: +34 972 260 747 info@filicor.com  
Fax: +34 972 261 193 www.filicor.com

**T-O-M TYE-O-MATIC B.V.**

**WWW.TOMMALLAS.NL**



T-O-M Tye-O-matic B.V. info@tomnet.nl  
P.O. Box 146, 7150 AC Eibergen www.tommallas.nl  
The Netherlands tel:+31(0)545-476576

**8.3. Etiquetadoras**

**GRUPALIA PACK SOLUCIONES, SL  
ARCTECNO APLICACIONES, SL**



- Líneas de envasado: G. MONDINI
- Identificación: RAVENWOOD, ARCA y SATO
- Líneas de pelado de barras de embutido.

C/ Migjorn, nº11 • 17240 Llagostera (Girona)  
Tel.: 972 83 19 19 www.grupaliapack.com  
Fax: 972 83 19 20 www.arctecno.com

**8.4. Etiquetas  
y sistemas de identificación**

**SEGELL EXPRES, S.L.**

Tintas para mataderos, marrón HT E-155,  
azul brillante FCF E-133, rojo allura E-129.  
Tintas de Riesgo MER azul patentado  
V-(E131). Marcadores eléctricos y a gas,  
sellos de goma, nylon, metálicos y acero inox.  
Cuerdas de poliamida y recogedores de grasa para jamones, colgador  
reversible para canales, pistola de aire para clavar chinchetas (mar-  
chamos) en jamones, precintos para jamones, hígados, pieles, embuti-  
dos, camiones y sacas. Taponés vacuno para cabeza y médula espinal.



C/ Catalunya, 8-10 • 08318 CANYAMARS (Barcelona)  
Tel.: 93 795 51 15 • Fax: 93 795 52 49  
www.segellexpres.com

**8.5. Maquinaria para envasado**

**CIMA & ISHIDA**



Ishida Europe es un líder mundial en el diseño,  
fabricación e instalación de soluciones completas con  
líneas de pesaje y de envasado para la industria alimentaria

CIMA SA • Gran Vía, 774 - 7ª Pl. • 08013 BARCELONA  
Tel.: +34 93 246 94 05 cima@cimasa.com  
Fax: +34 93 231 60 62 www.cimasa.com

**COMATEC FOOD TECHNOLOGIES, S.L.**

La más amplia gama  
de maquinaria  
de envasado,  
termosellado, vacío,  
flow-pack, túneles de termorretracción...



Maquinaria e instalaciones  
para industrias de alimentación

C/ Marie Curie, 22 • P.E. La Garena  
28805 ALCALÁ DE HENARES (Madrid)  
Tels.: 91 882 56 70 / 91 882 57 34 • Fax: 91 882 49 12  
info@comatecsa.com • www.comatecsa.com

**GRUPALIA PACK SOLUCIONES, SL  
ARCTECNO APLICACIONES, SL**



- Líneas de envasado: G. MONDINI
- Identificación: RAVENWOOD, ARCA y SATO
- Líneas de pelado de barras de embutido.

C/ Migjorn, nº11 • 17240 Llagostera (Girona)  
Tel.: 972 83 19 19 www.grupaliapack.com  
Fax: 972 83 19 20 www.arctecno.com

**HARATEK INPORTAKETA, S.L.U.**

Líneas de vacío de campana  
de alta producción  
y sistema FLOW-BAG.

Garantía de sellado!!



**Haratek**

Pol.Ind. Zamoka. Pº Oialume, 13, local 21A, nave A  
20115 ASTIGARRAGA (Gipuzkoa)  
Tel.: 943 332 821 web: www.haratek.com  
Fax: 943 550 162 e-mail: info@haratek.com

**NUTRIPACK IBÉRICA, S.L.**



Soluciones completas de envasado,  
bandejas inyectadas y termoformadas.  
Termoselladoras y termoformadoras Mecapack.

Tel.: 977 698 019  
contact.nutripack.es@proplast-group.com  
www.nutripack.es

**TECNOTRIP, S.A.**

Envasadoras al vacío  
de campana,  
termoselladoras,  
tanques de retráctil,  
cortadoras de chuletas  
y maquinaria de elaboración para la ind. cárnica.



L'Alguer, 22 • Pol. Ind. Nord  
08226 TERRASSA (Barcelona)  
Tel.: 937 356 969 E-mail: tecnotrip@tecnotrip.com  
Fax: 937 356 049 Web: www.tecnotrip.com

**ULMA PACKAGING**



SOLUCIONES COMPLETAS DE ENVASADO  
Termoformado, Termo sellado, Flow Pack,  
Verticales, Film Extensible y Automatización.

Bº Garibai, 28, Apdo. 145 • 20560 OÑATI (Gipuzkoa)  
Tel.: 943 739 200 • Fax: 943 783 218  
E-mail: info@ulmapackaging.com  
Web: www.ulmapackaging.com

**8.7. Suministros para envase  
y embalaje**

**INDUSTRIAS PARGÓN, C.B.**

Envase alimentario,  
complejos, bolsas,  
bobinas.  
Envase al vacío,  
bolsas 2/3 soldaduras,  
bobinas termoformado,  
bobinas.



Pol. Ind. El Montalvo I Tel.: 923 190 215  
C/ Doctor Fleming, parcela 19/C • 37008 SALAMANCA  
info@industriaspargon.es www.industriaspargon.es

**TERMOFORMADO TERMOPACK, S.L.**

- Film flexible
- Film semirígido
- Flowpack films  
Top lid films



Pol. Ind. Casa Nova II C/ Garrotxa, 7  
17181 AIGUAVIVA (Girona) España  
Tel.: 00 34 972 394 396 • Fax: 00 34 972 394 393  
www.termoformadotermopack.com

## TOFERVAC, S.L.



**Fabricantes bolsa vacío**  
Bolsa envasado vacío, Doypack, Retráctil,  
Bandeja PSE, Film, Aditivos, Tripa natural, etc...

c/ Uzbina, 21 / Pol. Ind. Jundiz  
01015 VITORIA - GASTEIZ (Araba)  
Tel.: 945 28 87 87 info@merkapack.com  
Fax: 945 26 76 16 www.merkapack.com

## UV-CONSULTING PESCHL ESPAÑA



**Especialistas en desinfección por luz ultravioleta**

Avda. Castellón, 5 • 12412 GELDO (Castellón)  
Tel.: +34 961 826 276 info@uvcp-es.com  
www.uvcp-es.com

## 9.6. Sistemas de inspección de rayos X

### CIMA & ISHIDA



*Ishida Europe es un líder mundial en el diseño, fabricación e instalación de soluciones completas con líneas de pesaje y de envasado para la industria alimentaria*

CIMA SA • Gran Vía, 774 - 7ª Pl. • 08013 BARCELONA  
Tel.: +34 93 246 94 05 cima@cimasa.com  
Fax: +34 93 231 60 62 www.cimasa.com

## 9

## HIGIENE, LIMPIEZA, SEGURIDAD

### 9.1. Lavamanos y lavabotas

#### ROSER (Roser Group)

Desinfectadores de utensilios.

Esterilizadores con ultravioleta y ozono.

Fabricación en acero inoxidable: lavamanos, lavabotas.



a brand of **rosier group**

Ctra. Riudellots, 11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@rosier-group.com  
Girona. Spain roser-group.com

### 9.2. Limpieza y desinfección

#### HYPRED IBERICA S.L.

Detergentes  
Desinfectantes  
Aditivos  
Lubricantes  
Enzimáticos



Completa gama de soluciones para detectar, eliminar y prevenir la aparición de biofilms.

Pol. Arazuri-Orcoyen, calle C, 32. ORCOYEN (Navarra)  
Tel.: 948 32 45 32 • hyprediberica@hypred.com

#### TCR PROTECCIÓN



Equipos de protección individual: trajes agua, delantales y manguitos reutilizables, guantes anticorte. CERTIFICADO ALIMENTARIO. Vestuario laboral: frigoristas, calzado y otros. Higiene industrial. Suelos antifatiga.

c/ Motors 32-34 • 08755 CASTELLBISBAL, Barcelona  
T. 937 722 048 info@tcrproteccion.com  
www.tcrproteccion.com

#### TEÓFILO ROSETE



**EUROFLEX®**

Guantes de malla material Classic/Xtrem/Detect  
Delantales de malla también en material Extra-Light  
Guantes anticorte, de algodón y desechables.

Ctra. AS-115, Km 3. 33594 RALES DE LLANES (Asturias)  
E-mail: info@teofilorosete-sl.es Tel.: 985 40 61 11  
Web: www.teofilorosete-sl.es Fax: 985 40 61 47

### 9.5. Productos y material de limpieza

#### QUILINOX, S.L.



**ENROLLADORES DE MANGUERA AUTOMÁTICOS**  
**HIGIENE EN LAS INDUSTRIAS**

www.quilinox.com — quilinox@quilinox.com

### 9.7. Túneles y armarios de lavado de utensilios

#### MIMASA, S.L.



Túneles de lavado de cajas, bandejas, jamones, contenedores, etc. Armarios de lavado de jamones, perchas, palets, estanterías, carros, contenedores, etc...

Zona Ind. Pont Xetmar, c.I, 31  
17844 CORNELLA DE TERRI (Girona)  
Tel.: +34 972 594 564 info@mimasa.com  
Fax: +34 972 594 537 www.mimasa.com

#### ROSER (Roser Group)

Túneles de lavado en continuo para bandejas, moldes y depósitos.

Armarios para lavado de depósitos y bañeras



a brand of **rosier group**

Ctra. Riudellots, 11 Tel.: (+34) 972 460 434  
17244 CASSÀ DE LA SELVA roser@rosier-group.com  
Girona. Spain roser-group.com

#### INTECAL, S.A.



**SterilAir: Sistemas de desinfección mediante UVC**

Crom 99F • 08907 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
info@intecal.com Tel.: 93 264 38 00  
www.intecal.com Fax: 93 263 25 69

#### SOLULIM HIGIENE ALIMENTARIA, S.L.

Aportamos soluciones a la industria alimentaria:

- Diseño de planes de higiene.
- Servicio integral de limpieza y desinfección a medida.
- Auditoría en métodos y tiempos.
- Limpiezas puntuales de choque y criogénicas.

Ctra. N-400, km. 95,4 TARANCÓN (Cuenca)  
Tel./Fax.: 969 325 522 info@solulim.com  
www.solulim.com

**Para anunciarse en este directorio:**  
**Tel: 91 378 09 22**  
**eurocarne**

#### BECKER IBERICA DE BOMBAS DE VACÍO Y COMPRESORES, S.A.



Sucursal española del fabricante de equipos de vacío y baja presión Gebr. Becker, GmbH

Tels.: 938 165 153 / 916 623 523  
comercial@becker-iberica.com  
www.becker-international.com

**BUSCH IBÉRICA, S.A.**

Bombas  
y Sistemas de Vacío



Pol. Ind. Coll de la Manyà  
C/ Jaume Ferran, 6-8 • Apdo. de Correos, 372  
08403 GRANOLLERS (Barcelona)  
Tel.: 938 616 160 E-mail: busch@buschiberica.es  
Fax: 938 409 156 Web: www.buschiberica.es

**AQUIMISA, S.L.**



**Análisis microbiológicos y químicos de alimentos,  
aguas y medioambientales. Implantación de siste-  
mas de calidad. (A.P.P.C.C. - BRC - IFS - ISO 22000)**

E-mail: [aquimisa@aquimisa.com](mailto:aquimisa@aquimisa.com) [www.aquimisa.com](http://www.aquimisa.com)  
C/ Hoces del Duratón, 30-34 Tel.: 923 19 33 43  
Pol. El Montalvo II • 37008 SALAMANCA

**PROTO-INFO**



Sistemas de gestión y trazabilidad  
para la industria cárnica.

Terminales de captura de datos  
para recepción, fabricación y expedición.

T: 923 28 10 24 [www.protoinfo.es](http://www.protoinfo.es)  
M: 610 43 72 62 [info@protoinfo.es](mailto:info@protoinfo.es)



**10.6. Instrumental y material  
de laboratorio**

**INSULAB, S.L.**

Suministros de laboratorio,  
instrumentación, material  
fungible y reactivos,  
control de calidad microbiológico en producción,  
control microbiológico de superficies y ambiente,  
pH, temperatura, control de aguas y depuradoras...  
todo para su laboratorio.



C/ Buenos Aires nº 7 bajo • 46006 Valencia  
Tel.: 96 341 80 29 e-mail: [insulab@insulab.es](mailto:insulab@insulab.es)  
Fax: 96 342 26 79 [www.insulab.es](http://www.insulab.es)

**LABYGEMA,  
LABORATORIO Y GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL S.L.**



Gestor autorizado de residuos.  
Laboratorio acreditado de análisis de aguas.  
Explotación y Asistencias Técnicas E.D.A.R. / E.T.A.P.

[labygema@labygema.com](mailto:labygema@labygema.com) [www.labygema.com](http://www.labygema.com)  
Tel: 95 426 07 61 C/ Parsi 6, nº 11 • 41016 Sevilla

**11.10. Transporte**

**UNIVERSAL GLOBAL LOGISTICS**



Especialistas en transporte  
de temperatura controlada.

Plaza Bandas de Música, cv 12 • 46013 VALENCIA  
Tel.: 963 350 448 [reefer.vlc@ugl.marmedsa.com](mailto:reefer.vlc@ugl.marmedsa.com)  
[www.universalgloballogistics.com](http://www.universalgloballogistics.com)

**11 SERVICIOS**

**11.1. Alquiler de vehículos  
industriales**

**FRAIKIN ALQUILER DE VEHÍCULOS, S.A.**

Renting  
de vehículos  
Industriales

**fraikin**  
Comprometidos  
con tu futuro

**902 404 903**  
[www.fraikin.es](http://www.fraikin.es)

**11.9. Soluciones informáticas  
para la industria cárnica**

**COMPUTATA, S.A.**



Trazabilidad desde origen. Distribución. Producción. Despieces. Envasados,  
Embandejados... Comunicación con Balanzas, Etiquetadoras, Envasadoras...  
Distribución: Entradas, Salidas, Gestión cobros/pagos, Logística, Rutas, Zonas  
... soluciones para Punto de Venta.  
Almacén: RFID/WIFI, Sincronización con PDAs, EAN, EAN128...

Delegaciones: BILBAO - MADRID - ANDALUCÍA  
c/ José María Eskuza, 1, 4º Tel.: 902 363 815  
48013 BILBAO Fax: 944 396 002  
[www.compudata.es](http://www.compudata.es) [compudata@compudata.es](mailto:compudata@compudata.es)

**11.11. Trazabilidad**

**COMPUTATA, S.A.**



Trazabilidad TOTAL en todos los Procesos: Entradas,  
Almacenamiento, Producción, Elaboración, Venta y Distribución...  
Conexión y control directo de equipos de Pesaje y Etiquetado,  
tanto manuales como automáticos...

Delegaciones: BILBAO - MADRID - ANDALUCÍA  
c/ José María Eskuza, 1, 4º Tel.: 902 363 815  
48013 BILBAO Fax: 944 396 002  
[www.compudata.es](http://www.compudata.es) [compudata@compudata.es](mailto:compudata@compudata.es)

**CSB-System España, S.L.**



Soluciones integradas de TI para el control  
de procesos y para la optimización de la gestión  
empresarial en la industria cárnica.

Camí de Corbins, 7 • 25005 LÉRIDA Tel.: 973 28 27 38  
[info.es@csb.com](mailto:info.es@csb.com) Fax: 973 28 15 05  
[www.csb.com](http://www.csb.com)

**MECÁNICAS GARROTXA, S.A.**

Solución integral para la  
trazabilidad del cerdo desde  
el origen hasta el despiece.

Sistema por microchip en el  
gancho, lectores y clasificación  
de canales y jamón por Visión Artificial.

Gran fiabilidad y facilidad de instalación.



Terrassa, 17-19 17800 OLOT (Girona)  
E-mail: [info@mecgarrotxa.com](mailto:info@mecgarrotxa.com) Tel.: 972 26 07 24  
Web: [www.mecgarrotxa.com](http://www.mecgarrotxa.com) Fax: 972 26 92 72

**11.5. Laboratorios de análisis**

**ALKEMI, S.A.**

Laboratorio Acreditado  
por ENAC Nº 229/LE 519



Análisis químicos  
y microbiológicos. Asesoramiento técnico. Control de  
Puntos Críticos. Implantación de Sistemas de Calidad  
(ISO 9000). Laboratorio homologado.

Central: Tierra de Barros, 2 • 28820 COSLADA  
(Madrid) • Tel.: 91 673 91 49 • Fax: 91 673 91 48  
E-mail: [alkemi@alkemi.es](mailto:alkemi@alkemi.es) • Web: [www.alkemi.es](http://www.alkemi.es)  
Del: Miriam Blasco P. 147 - 2ºB • 47014 VALLADOLID  
Tel./Fax: 983 34 59 74

**IFR, S.A.**

Consultores,  
desarrolladores  
e implementadores  
de la solución ERP,  
Microsoft Dynamics  
AX for MEAT, para la  
Gestión Global de la Industria Animal y Cárnica.



Madrid • Barcelona • Lleida  
[www.ifr.es](http://www.ifr.es)  
e-mail: [ifrmail@ifr.es](mailto:ifrmail@ifr.es) • Tel.: 902 22 09 77

**475 €/año**  
**INCLUYE**

- anuncio en 10 números de la revista
- anuncio en la edición de Internet
- suscripción anual a **eurocarne**
- acceso a canales de pago de:  
[www.eurocarne.digital.com](http://www.eurocarne.digital.com)

Más información: [publicidad@eurocarne.com](mailto:publicidad@eurocarne.com)

# Direcciones de interés

## Asociaciones

### AECOC (Asociación Española para la Codificación Comercial)

Rda. General Mitre, 10  
08017 BARCELONA  
Tel: 932 523 900  
info@aecoc.es  
www.aecoc.es  
D. José M<sup>a</sup> Bonmatí, director general

### AEFEMAC - AMEC (Asociación Española de Fabricantes y Comercializadores de Maquinaria Cárnica y Afines)

Gran Vía de les Corts Catalanes, 684  
08010 BARCELONA  
Tel: 934 150 422  
aefemac@amec.es  
www.amec.es/aefemac  
D. Óscar Puig, director

### AETRIN (Asociación Española de Tripa Natural)

Béquer, 6, local posterior  
28933 MÓSTOLES (Madrid)  
Tel: 660 446 012  
aetrin@aetrin.com  
www.aetrin.com  
D. Pablo Sánchez, presidente

### AFCA (Asociación de Fabricantes y Comercializadores de Aditivos y Complementos Alimentarios)

Viladomat, 174, 4<sup>a</sup> planta  
08015 BARCELONA  
Tel: 934 548 405  
afca@afca-aditivos.org  
www.afca-aditivos.org  
D. Andrés Gavilán, presidente

### ANAFRIC-GREMSA ANICOC OVICEBO (Asociación Nacional de Almacenes Frigoríficos de Carnes y Salas de Despiece)

Casanova, 270. 1<sup>o</sup>-1<sup>a</sup>  
08021 BARCELONA  
Tel: 933 013 374  
anafric@anafric.es  
www.anafric.es  
D. José Friguls, presidente

### ANAGRASA (Asociación Española de Industrias Transformadoras de Grasas Animales y Subproductos Cárnicos)

Alcalde Sáinz de Baranda, 35 - 1<sup>o</sup>C  
28009 MADRID  
Tel: 915 570 624  
Sec.ejecutiva@anagrasa.org  
www.anagrasa.org  
D. Valentín García, presidente

### ANCOPORC (Asociación Nacional de Comerciantes de Ganado Porcino)

Infanta Mercedes, 13 - 4<sup>a</sup> Planta  
28020 MADRID  
Tel: 914 443 352  
ancoporc@ancoporc.com  
www.ancoporc.com  
D. Sergio Fernández, director

### ANECAS (Asociación Nacional de Empresarios de Casquería y Productos Derivados de la Carne)

Francisco Silvela, 122, entresuelo dcha.  
28002 MADRID  
Tel: 913 149 334  
anecas@ncs.es  
D. Josep Ramells, presidente

### ANICE (Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España)

Maestro Angel Llorca, 6, planta 12  
28003 MADRID  
Tel: 915 547 045  
anice@anice.es  
www.anice.es  
D. Miguel Huerta, secretario general

### ANPROGAPOR (Asociación Nacional de Productores de Ganado Porcino)

Juan Bravo, 67 - 1<sup>o</sup>B  
28006 MADRID  
Tel: 914 022 272  
asociación@anprogapor.com  
D. Miguel Ángel Higuera, secretario general

### APROSA-ANEC (Asociación Profesional de Salas de Despiece y Empresas Cárnicas)

Tel: 629 215 554  
aprosa@aprosa.org  
www.aprosa.org  
D. Carlos A. García, secretario general

### ASICI (Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico)

Ctra. Zafra - Los Santos de Maimona  
Km 4,7 | Apdo. de Correos 247  
06300 ZAFRA (Badajoz)  
Tel: 924 563 400  
iberico@iberico.com  
www.iberico.com  
D. Andrés Paredes, director gerente

### ASICCAZA (Asociación Interprofesional de la Carne de Caza Silvestre)

Paz, 10  
13003 CIUDAD REAL  
Tels.: 627 399 872  
info@asiccaza.org  
www.asiccaza.org  
D. Jaime Hurtado Ceña, director gerente

### ASSOCAT (Asociación de Empresarios de Mataderos y Comercio de Carne de Aves y Conejos de Cataluña)

Còrsega, 505, Ent. 2<sup>a</sup>  
08025 BARCELONA  
Tel: 93 207 29 58  
aragall@yahoo.com  
www.pollastregroccatala.cat  
D. Salvador Aragall, secretario general

### ASOPROVAC (Asociación Española de Productores de Vacuno de Carne)

Infanta Mercedes, 13 - 4<sup>a</sup> Planta  
28020 MADRID  
Tel: 91 579 24 16  
asoprovac@asoprovac.com  
www.asoprovac.com  
D. Javier López, gerente nacional

### AVESA (Asociación de Veterinarios Especialistas en Seguridad Alimentaria)

Maestro Ripoll, 8 bajo • 28006 MADRID  
Tel: 914 112 033  
palovallej@ono.com  
www.avesa.info  
D. Jesús García, presidente

### CEDECARNE (Confederación Española de Detallistas de la Carne)

C/ Caños del Peral, 1 • 28013 MADRID  
Tel.: 915 422 103  
info@cedecarne.es  
www.cedecarne.es  
D<sup>a</sup>. María Sánchez, directora

### Consejo General de Colegios Veterinarios de España

Villanueva, 11 • 28001 MADRID  
Tel: 914 353 535  
consejo@colvet.es • www.colvet.es  
D. Juan José Badiola, presidente

### Consorcio del Chorizo Español

Basilica, 19. 9<sup>a</sup>A • 28020 MADRID  
Tel: 918 255 896  
info@chorizoespanol.es  
www.chorizoespanol.es  
D. Javier Moreno, gerente

### Consorcio del Jamón Serrano Español

Basilica, 19. 9<sup>a</sup>A • 28020 MADRID  
Tel: 917 356 085  
marin@consorcioserrano.com  
www.consorcioserrano.com  
D. Pedro Rodríguez-Marín, Coordinador general

### FEAGAS (Federación Española de Asociaciones de Ganado Selecto)

Castelló, 45, 2<sup>o</sup> izda. • 28001 MADRID  
Tel: 915 759 763  
feagas@feagas.es • www.feagas.es  
D. Manuel Luque, director

### FECIC (Federación Catalana de Industrias de la Carne)

Ronda Sant Pere, 19-21, 5-6  
08010 BARCELONA  
Tel: 932 682 631  
fecic@fecic.es  
www.fecic.es  
D. Josep Collado, secretario general

### FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas)

Velázquez, 64 - 3<sup>a</sup> planta • 28001 MADRID  
Tel: 914 117 211  
fiab@fiab.es • www.fiab.es  
D. Mauricio García de Quevedo, director general

### INTERCUN (Organización Interprofesional para Impulsar el Sector Cúnicola)

Joan XXII 16, B-3  
20730 AZPEITIA (Guipúzcoa)  
Tel: 943 083 877  
info@intercun.org  
www.intercun.org  
D. Xaver Arriolabengoa Zabala, responsable

### INTEROVIC (Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne)

Agustín de Betancourt, 17, 4<sup>o</sup>  
28003 MADRID  
Tel.: 607 690 497  
interovic@interovic.org  
www.interovic.org  
D. Tomás M. Rodríguez, director gerente

### INTERPORC (Interprofesional Porcino de Capa Blanca)

Marqués de Urquijo n<sup>o</sup> 10, 2<sup>o</sup> Izda  
28008 MADRID  
Tels.: 810 511 148 / 91 702 77 00  
info@interporc.com  
www.interporc.com  
D. Alberto Herranz, director gerente

### INVAC (Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno Autóctono de Calidad)

Calle de Játiva, 53 • 28007 MADRID  
Tel: 915 343 616  
info@invac.org  
www.invac.org  
D. José María Molina, presidente

### PROPOLLO (Asociación Interprofesional de la Avicultura de Carne de Pollo del Reino de España)

Diego de León, 33. 4<sup>o</sup> Dcha  
28006 MADRID  
Tels.: 915 624 293 / 915 622 488  
propollo@propollo.com  
www.propollo.com  
D. Ángel Martín, director gerente

**PROVACUNO (Organización Interprofesional Agroalimentaria de la Carne de Vacuno)**  
C/ de la Infanta Mercedes, 13. 4ª planta  
28020 MADRID  
Tel: 915 792 416  
info@provacuno.es  
D. Javier López, director general

## Administración General

**Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente**  
Paseo Infanta Isabel, 1 • 28014 MADRID  
Tel: 913 475 368  
www.mapama.gob.es

**Dirección General de la Industria Alimentaria**  
Paseo Infanta Isabel, 1 • 28014 MADRID  
Tel: 913 475 361 / 8477 / 5559  
dgia@mapama.es

**Dirección General Producciones y Mercados Agrarios**  
Almagro, 33 • 28010 MADRID  
Tel: 913 476 607 / 913 476 676  
dgpma@mapama.es

**Dirección General de Sanidad de la Producción Agraria**  
Almagro, 33  
28010 MADRID  
Tel: 913 475 046  
bzn-dgspa@mapama.es

**Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad**  
Paseo del Prado, 18-20  
28014 MADRID  
Tel: 901 400 100  
oiac@msssi.gob.es  
www.msssi.gob.es

**AECOSAN (Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición)**  
Alcalá, 56 • 28014 MADRID  
Tel: 913 380 389  
informacionaesan@msssi.gob.es  
www.aecosan.msssi.gob.es

**Ministerio de Economía, Industria y Competitividad**  
Pº de la Castellana, 160  
28046 MADRID  
Tel: 902 446 006  
www.mineco.gob.es

**ICEX (Instituto de Comercio Exterior)**  
Pº de la Castellana, 14  
28046 MADRID  
Tel: 902 349 000  
www.icex.es

## Centros de investigación

**AINIA Centro Tecnológico**  
Parque tecnológico de Valencia  
Benjamin Franklin, 5-11  
46980 PATERNA (Valencia)  
Tel: 961 366 090  
informacion@ainia.es  
www.ainia.es

**ASINCAR (Asociación de Investigación de Industrias Cárnicas del Principado de Asturias)**  
Polígono La Barreda TL4 parcela 1  
33180 NOREÑA (Asturias)  
Tel: 985 744 518  
www.asincar.com

**AZTI FUNDAZIOA (Centro Tecnológico del Mar y los Alimentos)**  
Txatxarramendi ugarte, z/g  
48395 SUKARRIETA (Bizkaia)  
Tel: 946 574 000  
info@azti.es • www.azti.es

**CENTA (Centro de Nuevas Tecnologías y Procesos Alimentarios)**  
Finca Camps i Armet - Edifici A - IRTA  
17121 MONELLS (Girona)  
Tel: 972 630 851  
info@centa.es • www.centa.es

**CNTA (Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria)**  
Ctra. NA-134, Km. 50  
31570 SAN ADRIÁN (Navarra)  
Tel: 948 670 159  
cnta@cnta.es • www.cnta.es

**CTC (Centro Tecnológico de la Carne)**  
Parque Tecnológico de Galicia  
C/ Galicia, 4  
32911 SAN CIBRAO DAS VIÑAS (Ourense)  
Tel: 988 548 277  
info@ceteca.net • www.ceteca.net

**CTIC (Centro Tecnológico de la Industria Cárnica de la Rioja)**  
Ctra. Nacional 120, Km. 22,8  
26300 ALESÓN (La Rioja)  
Tel: 941 369 263  
ctic@ctic-larioja.es • www.ctic-larioja.es

**Estación Tecnológica de la Carne Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACYL)**  
Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León  
C/ Filiberto Villalobos, 5  
37770 GUIJUELO (Salamanca)  
Tel: 923 580 688  
garcacma@itacyl.es  
www.itacyl.es

**Facultad de Veterinaria de la Universidad de Extremadura. Servicio de Innovación de Productos de Origen Animal**  
Avda. Universidad s/n. Aptdo. 643  
10003 CÁCERES  
Tel: 927 257 124  
masensio@unex.es  
http://higiene.unex.es/

**GAIKER Centro Tecnológico**  
Parque Tecnológico, Edif. 202  
48170 ZAMUDIO (Bizkaia)  
Tel: 946 002 323  
mark@gaiker.es • www.gaiker.es

**IATA (Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos)**  
Apartado 73,  
46100 BURJASSOT (Valencia)  
Tel: 963 900 022  
info@iata.csic.es • www.iata.csic.es

**INIA (Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria)**  
Ctra. de la Coruña, km 7,5  
28040 MADRID  
Tel: 913 473 900  
ucc@inia.es • www.inia.es

**Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (CSIC)**  
Ciudad Universitaria  
José Antonio Novais, 10  
28040 MADRID  
Tel: 91 549 23 00 (Extensión 235)  
fjimenez@if.csic.es • www.if.csic.es

**IRTA Tecnología de los Alimentos**  
Granja Camps i Arnet, s/n  
17121 MONELLS (Girona)  
Tel: 972 630 052  
irta@irta.es • www.irta.es

**ITA (Instituto Tecnológico de Aragón)**  
María de Luna, nº 7 • 50018 ZARAGOZA  
Tel: 976 010 000  
ita@ita.es • www.ita.es

**ITENE (Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística)**  
Parque Tecnológico, Albert Einstein, 1  
46980 PATERNA (Valencia)  
Tel: 963 905 400  
info@itene.com • www.itene.com

**SiPA (Servicio de Análisis e Innovación en Productos de Origen Animal) Universidad de Extremadura - Anexo Facultad de Veterinaria**  
Edificio de Institutos Universitarios del Campus de Cáceres.  
Avda. Universidad, s/n • 10003 CÁCERES  
Tel: 927 251 100 (Ext. 51523)  
asilvaro@unex.es  
http://investigalia.unex.es

## Administración autonómica

### ANDALUCIA

**Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural**  
Tabladilla, s/n • 41071 SEVILLA  
Tel: 955 032 000  
www.juntadeandalucia.es  
**Consejería de Salud**  
Avda. de Hytasa, 14 • Edificio Arena, 1  
41006 SEVILLA  
Tel: 955 006 300  
www.juntadeandalucia.es

### ARAGÓN

**Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad**  
Plaza San Pedro Nolasco, 7  
Edificio San Pedro Nolasco  
50071 ZARAGOZA  
Tel: 976 714 000  
www.aragon.es

### PRINCIPADO DE ASTURIAS

**Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales**  
Coronel Aranda 2  
33005 OVIEDO (Asturias)  
Tel: 985 105 661  
www.asturias.es  
**Consejería de Sanidad**  
Ciriaco Miguel Vígil, 9  
33006 OVIEDO (Asturias)  
Tel: 985 106 508  
www.asturias.es

### ISLAS BALEARES

**Consejería de Medio Ambiente, Agricultura y Pesca**  
Eusebi Estada, 145  
07009 PALMA (Islas Baleares)  
Tel: 971 176 666  
www.caib.es  
**Consejería de Salud**  
Pl. d'Espanya, 9  
07002 PALMA (Islas Baleares)  
Tel: 971 177 383  
www.caib.es

### CANARIAS

**Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Aguas**  
Avda. José Manuel Guimerá, nº 10  
Edf. Servicios Múltiples II Planta 4ª  
38071 SANTA CRUZ DE TENERIFE (Canarias)  
Tel: 922 476 602  
www.gobcan.es

## Consejería de Sanidad

Avda. Juan XXIII, nº 17 – 6ª Planta  
35071 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Tel: 928 307 505  
www.gobcan.es

## Consejería de Sanidad

Rambla Santa Cruz, 53  
38071 SANTA CRUZ DE TENERIFE  
Tel: 922 474 710  
www.gobcan.es

## CANTABRIA

### Consejería de Medio Rural, Pesca y Alimentación

Albert Einstein, 2  
39011 SANTANDER (Cantabria)  
Tel: 942 207 853  
www.gobcantabria.es

### Consejería de Sanidad

Federico Vial, 13  
39009 SANTANDER (Cantabria)  
Tel: 942 208 240  
www.gobcantabria.es

## CASTILLA-LA MANCHA

### Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural

Pintor Matías Moreno, 4  
45071 TOLEDO  
Tel: 925 266 700  
gabinete.agricultura@jccm.es  
www.castillalamancha.es

### Consejería de Sanidad

Avda. de Francia, 4  
45071 TOLEDO  
Tel: 925 267 099  
gabinete.sanidad@jccm.es  
www.castillalamancha.es

## CASTILLA Y LEÓN

### Consejería de Agricultura y Ganadería

Rigoberto Cortejoso, 14  
47014 VALLADOLID  
Tel: 983 419 022  
www.jcyl.es

## Consejería de Sanidad

Paseo Zorrilla, 1  
47007 VALLADOLID  
Tel: 983 413 662  
www.jcyl.es

## GENERALITAT DE CATALUÑA

### Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación

Gran Vía de les Corts Catalanes, 612-614  
08003 BARCELONA  
Tel: 933 046 700  
www.gencat.cat

### Departamento de Salud

Travessera de les Corts, 131-159  
(Pavelló Ave Maria)  
08028 BARCELONA  
Tel: 932 272 900  
gabinet.salut@gencat.cat  
www.gencat.cat/salut

## JUNTA DE EXTREMADURA

### Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio

Avda. de Luis Ramallo, s/n  
06800 MÉRIDA (Badajoz)  
Tel: 924 002 037  
www.gobex.es

### Consejería de Sanidad y Políticas Sociales

Plaza del Rastro, s/n  
06800 MÉRIDA (Badajoz)  
Tel: 924 003 438  
www.gobex.es

## XUNTA DE GALICIA

### Consejería de Medio Rural y del Mar

Edificios Administrativos.  
San Caetano, s/n  
15781 SANTIAGO DE COMPOSTELA  
(A Coruña)  
Tel: 981 545 400  
http://medioruralemex.xunta.es

## Consejería de Sanidad

San Lázaro, s/n – Edif. Admtvo.  
15781 SANTIAGO DE COMPOSTELA  
(A Coruña)  
Tel: 881 542 712  
www.sergas.es

## LA RIOJA

### Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente

Avda. de la Paz, 8-10  
26071 LOGROÑO (La Rioja)  
Tel: 941 291 248  
www.larioja.org

### Consejería de Salud

C/ General Vara de Rey, 8, entreplanta  
26001 LOGROÑO (La Rioja)  
Tel: 941 291 200  
dg.salud@larioja.org  
www.larioja.org

## COMUNIDAD DE MADRID

### Consejería de Medio Ambiente, Administración Local y Ordenación del Territorio.

**D.G. de Agricultura y Ganadería**  
C/ Alcalá, 16  
28014 MADRID  
Tel: 914 382 636 / 7 / 8  
dgagriculturayganaderia@madrid.org  
www.madrid.org

### Consejería de Sanidad

**D.G. de Salud Pública**  
O'Donnell, 55, 4ª Planta  
28009 MADRID  
Tel: 913 700 800 / 913 700 805 / 913 700 803  
www.madrid.org

## REGIÓN DE MURCIA

### Consejería de Agua, Agricultura y Medio Ambiente

Plaza Juan XXIII, s/n  
30071 MURCIA  
Tel: 968 362 756  
www.carm.es

## Consejería de Sanidad

Avda. de la Fama, 3  
30071 MURCIA  
Tel: 968 375 186  
www.carm.es

## COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA

### Departamento de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local. Desarrollo Rural y Medio Ambiente

González Tablas, 9 • 31005 PAMPLONA  
Tel: 848 426 698  
sian@navarra.es  
www.navarra.es

### Departamento de Salud

Avda. del Ejército, 2 • 31002 PAMPLONA  
Tel: 848 423 541  
salud.responde@navarra.es  
www.navarra.es

## PAIS VASCO

### Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad. Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria

Donostia-San Sebastián, 1  
01010 VITORIA-GASTEIZ (Álava)  
Tel.: 945 018 235 Ext. 18235  
www.euskadi.eus

### Departamento de Sanidad.

**Dirección de Salud Pública y Adicciones**  
Donostia-San Sebastián, 1  
01010 VITORIA-GASTEIZ (Álava)  
Tel.: 945 018 000

## GENERALITAT VALENCIANA

### Consejería de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural

C/ Castán Tobeñas, 77  
Citat Administrativa 9 d'Octubre. Edif. B.  
46018 VALENCIA

www.agricultura.gva.es

### Consejería de Sanidad Universal y Salud Pública

Tel.: 961 928 000  
www.san.gva.es

Puede obtener más información y consultar el listado completo en **Direcciones de interés en eurocarne digital**

## La Guía de Proveedores de eurocarne

**Difusión:** La difusión de La Guía de proveedores es extraordinaria. Más de 4.000 responsables de mataderos, salas de despiece, almacenes frigoríficos e industrias cárnicas reciben **eurocarne** de forma personalizada.

**Utilidades:** El índice de productos y servicios es exhaustivo y magníficamente clasificado, lo que permite encontrar fácilmente toda la información. Los anunciantes de La Guía de proveedores consiguen una presencia constante en todo el sector cárnico por un precio realmente económico.

La Guía de proveedores se actualiza y amplía todos los meses. Si desea aparecer en la próxima edición de La Guía de proveedores, llámenos. Le ayudaremos a buscar el apartado idóneo para sus productos o crearemos uno nuevo.



## Tarifas 2017

Inserción durante 1 año (10 números) en:	
1 Apartado	475 €
2 Apartados	325 € / unidad
3 Apartados	275 € / unidad
4 Apartados	250 € / unidad
Más apartados	Consultar

La contratación de publicidad en La Guía de proveedores de eurocarne incluye gratis:

- Suscripción a eurocarne por 1 año
- Anuncio en la edición de internet de eurocarne durante 1 año ([www.eurocarnedigital.com](http://www.eurocarnedigital.com))
- Clave gratuita para acceder a la totalidad de contenidos de [www.eurocarnedigital.com](http://www.eurocarnedigital.com)

\* IVA NO INCLUIDO



## Controlamos el clima con el objetivo de proteger tu producto

Especialistas en Salas Blancas, Túneles de Congelación,  
Paneles Frigoríficos y Cámaras de descongelación.



**Responsabilidad  
REFRICA**

El impacto que generamos en nuestro entorno es mayor cada día. Es por ello que REFRICA da gran valor a reducir la emisión de gases HFC de efecto invernadero.



SANICOMPACT



VFAE  
VFAMME



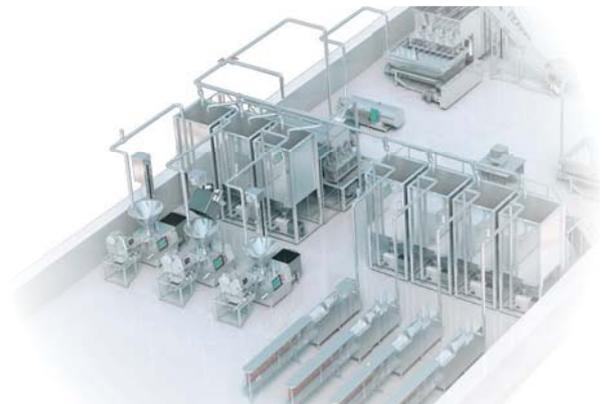
APORTAMOS SOLUCIONES



MC-104 DUO



PROYECTOS E INSTALACIONES



[rosier-group.com](http://rosier-group.com)

Riudellots, 11 · 17244 Cassà de la Selva · Girona - Spain ☎ (+34) 972 460 434

