

En el IX Seminario AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados

Analizado el impacto del nuevo escenario económico en el mercado de productos cárnicos

AECOC, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores que agrupa a más de 24.000 compañías, reunió en Madrid a más de un centenar de máximos directivos de las principales empresas de productos cárnicos de nuestro país en el IX Seminario AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados.

Este Punto de Encuentro, el único en el que se dan cita todos los protagonistas de la cadena de valor de este sector profesional, abordó la realidad, perspectivas y tendencias de consumo del mercado de productos cárnicos en España, que en el último año facturó más de 15.000 millones de euros.

Y es que, tal y como indican los datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), la carne representa el 22.8% del gasto total en Alimentación, toda vez que cada persona dedica cerca de 330 euros al año a este tipo de productos.

La carne de pollo nuestra favorita

Los datos del MARM apuntan, además, que cada español consume un total de 50.59 kg de productos cárnicos al año. De todos ellos, la carne de po-



Los españoles dedicamos, en 2008, 15.000 millones de euros a la compra de productos cárnicos, casi el 23% de nuestro gasto total en alimentación

llo es nuestra favorita (12.98 kg de consumo anual per cápita) y la de ovino-caprino y la congelada, las menos consumidas (2.37 kg y 0.87 kg respectivamente).

Precisamente el comportamiento del consumidor y las tendencias de este mercado en nuestro país fue uno de los principales temas analizados en el Punto de Encuentro de AECOC, que inauguró la secretaria general de Medio Rural del MARM, Alicia Villauriz, el pasado 11 de marzo, en Madrid.

Así, el Seminario se abrió con la participación de la directora de Saborá Estrategias

Agroalimentarias, Alicia Langreo, el directivo de Nielsen, Roberto Butragueño, y el subdirector general de Estructura de la Cadena Alimentaria, José Miguel Herrero, quienes analizaron los nuevos retos que se presentan en el mercado de productos cárnicos ante el actual escenario económico así como las preferencias y patrones de consumo.

Aliadas de una buena alimentación

La pérdida de cultura alimentaria por parte de los consumidores es una de las principales preocupaciones de las empresas de este sector profesional, por lo que el Punto de Encuentro dedicó uno de sus bloques temáticos a estudiar de qué manera las empresas están ayudando al consumidor ofreciéndole la información que necesitan.

Aspectos como el origen de



la carne, tipología de piezas o calidades, su procesado o modos de preparación son cuestiones que el consumidor no siempre conoce, por lo que sin duda las compañías del sector pueden convertirse en grandes aliadas para una buena alimentación.

Para analizar este tema el Seminario contó con una mesa redonda en la que participaron el director general del Foro Interalimentario, José Ignacio Arranz, el director de Consumer Eroski, de la Fundación Eroski, Ricardo Oleaga y el subdirector general de Calidad del Consumo del Instituto Nacional de Consumo, Carlos Arnaiz.

Asimismo, el IX Seminario

Más de un centenar de máximos directivos de las principales empresas de productos cárnicos del país se dieron cita en el evento

AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados abordó el potencial de crecimiento de este sector profesional, el valor de la salud en la elección de estos alimentos y la importancia de la colaboración. Estos temas fueron analizados por profesionales de la talla de Álvaro Robles, director general de Frial, Eduardo Latorre, director adjunto de Cárnicas Cesaraugusta, del Grupo Sabeco, y Gregorio Va-

rela, catedrático de Nutrición y Bromatología de la Universidad San Pablo CEU.

Asimismo, Juan Carlos San José, director general de Arcadie; Elena Donate, gerente de Hijos de Luis Rodríguez, de supermercados MASYMAS y Susana Velasco, responsable de Estudios y Proyectos de AECOC, analizaron la importancia de la colaboración para poder seguir creciendo y dinamizando los puntos de venta.

El Punto de Encuentro contó además con la participación del socio fundador de VESP, José Ballesteros, que ofreció a los asistentes las claves para salir reforzados, en lo personal y profesional, del ciclo económico actual.

GASER

Máquinas para hamburguesas, albóndigas y croquetas, rebozadoras-empanadoras, atadoras de hilo continuo, cortadoras de porciones de embutido fresco, embutidoras hidráulicas y maquinaria diversa.

ESPECIALISTAS EN MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA CÁRNICA

Máquina productora de albóndigas y croquetas

Máquina productora de croquetas

Moladora semi-automática

Máquina productora de hamburguesas

INDUSTRIAS GASER, S.L.

Ctra. Besenós, 15. Pol. Torre Mirón • 17190 Sall (Girona) - España
Telf: +34 972 23 65 22 • Fax: +34 972 23 63 66 • Email: gaser@gaser.com • www.gaser.com