

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA DE PANADERÍA, BOLLERÍA Y PASTERERÍA

25
aniversario
1990 - 2015

asemac*

asociación española de la industria
de panadería, bollería y pastelería





1. ORIGEN DE ASEMAC	5
2. INTRODUCCIÓN.....	6
3. EMPRESAS ASOCIADAS.....	8
4. PRODUCCIÓN, CONSUMO Y FACTURACIÓN.....	12
5. COMITÉS DE TRABAJO.....	16
6. PUBLICACIONES ASEMAC.....	17
7. EXPERIENCIAS I+D+I.....	18
8. JORNADAS DE REFLEXIÓN DE ASEMAC.....	19
9. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL PAN.....	22



asemac*
asociación española de la industria
de panadería, bollería y pastelería



Este año celebramos el 25 aniversario de la constitución de la Asociación Española de Fabricantes de Masas Congeladas, actual Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (Asemac*). Una conmemoración que se produce gracias a la implicación, el esfuerzo y el trabajo de todas aquellas empresas del sector que han ido conformando esta Asociación a lo largo de estos años.

La creación de Asemac, en 1990, significó un antes y un después de una industria que, aunque empezó a funcionar en los primeros años de la década de los 80, experimentó a principios de los noventa un gran desarrollo que estuvo estrechamente ligado a la aplicación de modernas tecnologías al proceso de fabricación, a pesar de contar con un número reducido de empresas. Su despegue coincidió con la valoración que el mercado hizo de un producto, las masas congeladas, que proporcionaba ventajas en cuanto a conservación, ampliación de fuerzas de ventas y aplicación de modernas tecnologías en el proceso de fabricación de las masas congeladas con las que elaborar versátiles productos dulces y salados. Un cuarto de siglo trabajando para proporcionar a la industria alimentaria, a los hogares y a la restauración colectiva las mejores soluciones para su día a día, con la elección de materias primas y productos semielaborados que alcanzan la "excelencia".

Las actuaciones de Asemac, en estos veinticinco años, se han encaminado hacia la defensa de los intereses empresariales de su industria alimentaria en el ámbito autonómico, nacional e internacional así como en favorecer el papel de la Asociación como el interlocutor válido, representativo e idóneo ante la Administración y ante el resto de asociaciones. Nuestros esfuerzos se han centrado en la creación y coordinación de reglamentos técnicos para nuestro sector y en el incremento de los contactos con la Administración, para facilitarle información frecuente sobre la labor que llevamos a cabo y convertirnos también en aspirantes a posibles ayudas o subvenciones al sector. En resumen, dirigir nuestra actividad hacia la consecución de nuestra propia identidad como industria.

Las empresas que forman parte de Asemac crearon un sector nuevo dentro de la industria alimentaria, comprometido y sostenible desde todos los puntos de vista. Consiguiendo a lo largo de estos años dotarse de una personalidad propia, tanto por el censo de empresas que en él participan como, fundamentalmente por su creciente participación en la industria alimentaria y su integración en organizaciones de marco intersectorial o estatal, como por ejemplo FIAB.

Hablamos de un sector sostenible económicamente, porque no solo genera riqueza para el país sino que también posee una función social, dado que la mayoría de sus plantas están presentes en zonas rurales, donde el empleo que genera permite a las personas de estos entornos mantenerse en ellos sin tener que emigrar a las ciudades. Y también de una industria que respeta el medio ambiente, optimizando sus procesos para consumir la mínima energía en sus actividades.

Los asociados de Asemac están comprometidos con la Estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, Actividad física y Prevención de la Obesidad) y su Código de Autorregulación de alimentos dirigidos a menores, así como con la Prevención de la Obesidad y la Salud (Código PAOS). Un compromiso que se hace patente en la elaboración de productos cada vez más saludables y con mejores valores nutricionales y que ha supuesto, por ejemplo, la reformulación de la cantidad de sal utilizada en la elaboración de pan, sin alterar las condiciones del mismo. También, se han reducido las grasas trans en productos de bollería, panadería y pastelería mediante el empleo de margarinas con niveles más reducidos o prácticamente nulos. Y además, se han reformulado los productos para eliminar la grasa vegetal hidrogenada por lo que la mayor parte de ellos contiene niveles inferiores a 1 gr. de ácidos grasos trans por 100 grs. de producto.

Transcurridos estos veinticinco años, observamos que el sector de la industria de panadería, bollería y pastelería está plenamente consolidado. Ahora toca pensar en el mañana, en un futuro que pasa por potenciar las políticas de I+D+i para seguir lanzando novedades que nos permitan mejorar los productos y adaptarnos mejor a las necesidades de nuestros clientes. A la vez que debemos ser conscientes de que en España, al igual que ocurre en el resto de Europa, asistiremos en los próximos años a una concentración de empresas que vendrá precedida por la absorción de empresas pequeñas por parte de otras más grandes.

Asemac se compromete con el sector y con los consumidores en seguir trabajando en la mejora de la composición y de los procesos, para elaborar un producto que cumpla con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria tal y como hemos venido haciendo desde su creación.

Fdo.: Felipe Ruano Fernández- Hontoria
Presidente de Asemac*

El próximo 24 de junio se cumple el 25º Aniversario de la constitución de ASEMAC* (Asociación Española de Fabricantes de Masas Congeladas), una denominación que se cambió en 2012, por la que es conocida actualmente "Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería" con el objetivo de ganar fuerza y representatividad, acogiendo a toda la industria de panificación comprometida con la innovación y la calidad.

Las empresas que conformaron la primigenia ASEMAC* fueron: BELLSOLÀ, S.A.; COBOPA, S.A.; CROEX, S.A.; DOLCE D'ORO, S.A.; EUROPASTRY, S.A.; FRIDA ALIMENTARIA, S.A.; ISMAEL SANZ, S.A.; LAZARO TABERNA, S.A.; LYS ALIMENTACION, S.A.; MARTINE ESPAÑA, S.A y PASTISART. Todas ellas, compañías pertenecientes al grupo de industrias relacionadas con la elaboración y comercialización, desde hacía años, de masas congeladas de bollería, pastelería y panadería y con una presencia creciente en el mercado final. Fue este incremento constante de la propia actividad lo que las convirtió en un subgrupo dentro del sector de la pastelería-panadería, un hecho que les animó a iniciar la creación de una asociación que abarcara todo el territorio nacional.

A finales de los años 80 del pasado siglo, la denominación de "bollería" englobaba todos sus tipos, pero no se recogía en ninguna normativa al producto que se elaboraba, se congelaba antes de fermentar y de cocer, y se suministraba así a los establecimientos comerciales, que lo cocían en los propios puntos de venta. Con la entrada de España en la antigua Comunidad Económica Europea (CEE), actual Unión Europea (UE), el grupo de empresas anteriormente citadas, que fabricaban estos artículos, decidieron incluir el concepto de "masas congeladas" en su denominación, un nombre que surgió del interés empresarial común de las industrias que integraban entonces la Asociación y que ha permanecido inamovible con la incorporación de nuevas industrias a lo largo de estos 25 años.

La sede social se estableció en Barcelona, ciudad en la que se encontraban la mayor parte de las industrias fundadoras, y contó con una Secretaría Técnica, encargada de organizar el funcionamiento de la Asociación. Posteriormente, la ubicación de Asemac se trasladó a Madrid, donde permanece hoy en día.

Tras su constitución, se eligió la Junta Directiva, que estuvo formada en su origen:

Presidente: D. Felipe Ruano (Lys Alimentación, S.A.)
Vicepresidente: D. Pedro Bellsolà (Bellsolà, S.A.)
Secretario: D. Carlos Palou (Europastry, S.A.)
Tesorero: D. Jordi Parunella (Croex, S.A.)
Vocales: D. Jorge Beascoa (Dolce D'oro, S.A.) ,
D. Jaime Sarrión (Cobopa, S.A.) y D. Manuel Sellares (Frida Alimentaria, S.A.)

Finalizado el diseño de la estructura de Asemac, la Asociación inició inmediatamente las relaciones con la Administración y con otras instituciones empresariales o de otro tipo, con el objetivo final de representar a sus asociados en todos aquellos aspectos que afectasen directa o indirectamente a sus miembros en temas como normativa técnico-sanitaria, presencia en Ferias Comerciales, adaptación de normas a la nueva tecnología de las masas congeladas, información global sobre este segmento del mercado alimentario y la coordinación con las actividades de los sectores más afines.

A lo largo de este camino que hemos recorrido juntos, ya son 30 las empresas las que forman parte de la Asociación, hemos sido espectadores del crecimiento de los volúmenes de venta y de facturación y de la creación de un segmento nuevo dentro del detallista alimentario. También del buen trabajo llevado a cabo por las empresas integrantes en la fabricación de un alimento, conservado a temperatura distinta, y de la inversión realizada en Investigación y Desarrollo que ha favorecido la construcción de fábricas de dimensiones antes inimaginables y de la utilización de maquinaria nueva, mucho más productiva. Asimismo, hemos visto nuevos lanzamientos al mercado de productos industriales que han revolucionado la exposición de panes y bollos en las tiendas y en el food service.

Tras una primera etapa de creación, investigación, visión y coraje inversor, que se desarrolló fundamentalmente durante los primeros diez años y que se ha prolongado hasta nuestros días, se ha conseguido consolidar la Industria Española de Panadería, Bollería y Pastelería. Una industria que ha jugado un papel importante y ha trabajado eficazmente contra la entrada de los grandes fabricantes europeos, fundamentalmente franceses, que no han logrado tener en nuestro país más que una presencia testimonial, gracias a la dificultad casi infranqueable que suponen el coste logístico y la gran calidad de las "masas congeladas" españolas.

Los ritmos de vida cambiantes así como los hábitos alimenticios han ido evolucionando, de la misma manera que lo ha hecho la industria del pan y la bollería, que se ha adaptado a los nuevos tiempos y necesidades del consumidor y el punto de venta. La tecnología del frío y el buen hacer de las empresas del sector nos han permitido a lo largo de estos veinticinco años una alta especialización en la producción y en la comercialización de pan precocido y productos congelados y refrigerados de panadería, bollería y pastelería.

Podemos decir que las masas congeladas han revolucionado el concepto de venta de pan, bollería y pastelería. Ahora es posible encontrarlas en multitud de puntos de venta: panaderías, pastelerías, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia, bares y cafeterías, restaurantes, etc recién horneadas y listas para su consumo. Esta disponibilidad ha sido posible gracias a su fácil distribución, conservación y horneado. Sólo un proceso de descongelación anterior al horneado permite su elaboración en el propio local y en un corto periodo de tiempo.

También se ha revolucionado el concepto de producto recién hecho, adecuándose a los nuevos hábitos de consumo, hábitos que están siendo influidos por un estilo de vida marcado por la incorporación de la mujer al mercado de trabajo y también por la exigencia de mantener una dieta sana y equilibrada. Este último punto, ha servido para que las industrias introduzcan en el mercado una amplia y variada gama de productos de alta calidad que responden a las necesidades de un sector de la población que lo demanda.

A lo largo de estos veinticinco años, se ha conseguido posicionar el sector de la industria de Panadería y Pastelería en un lugar destacado dentro de la industria alimentaria de nuestro país, adquiriendo un peso muy relevante en la economía nacional, puesto que el 37% de las empresas de la industria de la alimentación y bebidas se dedican a la fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias.

El número de compañías dedicadas a la fabricación de productos de panadería y pastas, según los últimos datos del INE, se situó en las 10.558 empresas en 2013. Destacando, que la industria de panadería es el segundo subsector en cuanto a creación de empleo, ya que generó el 21,85% de los puestos del sector alimentación y bebidas en 2012. Concretamente, el sector panadero dio empleo a 96.075 personas.

Dentro del sector de la industria de Panadería y Pastelería, las empresas asociadas a Asemac presentaron una gran capacidad de generar empleo de calidad, con cerca de 5.000 personas empleadas de forma directa, lo que le convierte en motor de la economía nacional en las zonas donde está presente.

En cuanto a la estructura sectorial industrial, la Asociación Española de la Industria de Panadería, Pastelería y Bollería aglutina una treintena de empresas presentes en todas las comunidades, lo cual representa el 80% de las empresas del sector y cerca del 90% de las ventas del sector de masas congeladas.

Las empresas asociadas elaboran productos que suponen un valor en torno al 40,3% del total de los productos de panadería y cercano al 40% del total de los productos de pastelería y de bollería consumidos en España.

El futuro se nos presenta apasionante, unos años en los que el posicionamiento en este mercado será fundamental y en el que la reestructuración de un sector como el nuestro, del pan, bollería y pastelería se antoja imprescindible.



Desde su creación en 1990, Asemac ha incrementado año tras año el número de empresas asociadas y mejorado su representatividad a todos los niveles. En 1994, la Asociación reunía 10 empresas asociadas que representaban aproximadamente un 28% de las ventas del sector en España. Actualmente, contamos con 30 empresas asociadas, que contabiliza al 80% de las empresas y cerca del 90% de las ventas del sector español de masas congeladas para panadería y bollería. Este incremento paulatino en el número de empresas asociadas que conforman hoy en día Asemac se ha visto favorecido por el trabajo desempeñado a lo largo de estos años, en los que hemos conseguido alcanzar los objetivos que desde un primer momento nos propusimos y que no fue otro que:

1. Convertir a Asemac en un lobby eficaz, al servicio del sector y de las empresas que la integran, con capacidad tanto de influencia ante las Administraciones y terceros, con capacidad de generar servicio al asociado.
2. Apoyar a las empresas asociadas en su día a día con terceros gracias al desarrollo de comisiones de trabajo.
3. Facilitar a los asociados servicios de una forma cómoda, rápida y visual.
4. Informar a los asociados con boletines informativos tanto de carácter general como de carácter técnico: boletines generales, legislativos, fiscales, calidad, eventos, I+D+i, Comisión técnica, laboral, etc.
5. Crear sinergias con otras Asociaciones.
6. Facilitar al asociado trimestralmente un informe estadístico de la evolución del mercado nacional y exterior sobre el sector de panadería, bollería y pastelería industrial.
7. Crear en el consumidor final la percepción que consumir pan es sano.

Entre los logros a destacar por las empresas asociadas, incluimos el llevado a cabo en 1999, año en el que un grupo de empresas exportadoras de la entonces denominada Asociación Española de Fabricantes de Masas Congeladas decidieron unir sus esfuerzos en un grupo de exportación, que contó con el apoyo del Instituto Español de Comercio Exterior, y lograron su principal objetivo; incrementar la exportación de los diferentes productos que formaban la amplia oferta del sector: pan precocido y productos congelados de panadería, bollería y pastelería.

En el año 2000, el grupo de exportación (**Atrian Bakers, Bellsola, Berlys, Fundosa, Fripan, Ingapan y Patisart**) comenzó su andadura desarrollando una imagen sectorial común bajo el nombre "Frozen Dough from Spain" con el diseño de un logo propio que los identificaba en todas las actividades de promoción en el exterior.



Esta imagen se plasmó por vez primera en el catálogo de exportación editado ese año, que contenía una presentación del sector y las fichas del producto de los fabricantes de pan y bollería en base a masa congelada con mayor talante exportador. El catálogo, bajo el logo sectorial FROZEN DOUGH FROM SPAIN, destacan las mayores ventajas de los productos elaborados a partir de nuestras masas congeladas en cuatro idiomas (francés, inglés, alemán y español) y estaba diseñado con un sistema de carpeta general y fichas que permitía la inclusión de más empresas sin necesidad de reimprimir todo el catálogo. También se realizó un estudio de mercado sobre el sector de las masas congeladas en la República Checa y Polonia.



De forma agrupada se acudió a la feria IBA 2000, una de las principales ferias del sector a nivel internacional, que constituyó un rotundo éxito en cuanto a organización y resultados obtenidos.

En el 2001 las actividades programadas se centraron en la feria IFE Londres, y además, el grupo de exportación volvió a demostrar su dinamismo al crear la web www.frozendoughfromspain.com. En el año siguiente, el pabellón agrupado "Frozen Dough from Spain" volvió a ser protagonista en una de las ferias del sector más importantes a nivel internacional: EUROPAIN 2002. Además en ese mismo año, "Frozen Dough from Spain" pasó a ser una marca registrada. Ya en el 2003 participó en el pabellón agrupado "Frozen Dough from Spain" en la feria IBA – Düsseldorf con resultados satisfactorios para las empresas expositoras.



En el 2004 el Grupo participó en la feria SIAL-París (17-21 de octubre) así como la asistencia como visitantes a la feria IBIE en Las Vegas (15-18 de agosto), feria especializada en el sector de la panadería, con el fin de analizar la participación del grupo de exportación de ASEMAC en la feria más importante del sector en EE.UU. Paralelamente a esta visita, se ha elaborado un estudio de análisis del mercado del pan en Estados Unidos y las condiciones de penetración para las empresas españolas.

La actuación más destacable en el 2005 fue la participación en ANUGA.



Evolución de empresas asociadas 1990-2015

1990	1990-1995	1995-2000
11 Empresas	21 Empresas	25 Empresas
<ul style="list-style-type: none"> * BELLSOLÀ, S.A * COBOPA, S.A * CROEX, S.A * DOLCE D'ORO, S.A * EUROPASTRY, S.A * FRIDA ALIMENTARIA, S.A * ISMAEL SANZ, S.A * LAZARO TABERNA, S.A * LYS ALIMENTACION, S.A * MARTINE ESPAÑA, S.A * PASTISART 	<p>ALTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * COUPA * DIEXBA * COMPAÑÍA GRAL PASTELERA - OHAYO * PABEVA * PACFREN * FRIPAN * IPANEX * SADEPAN * PANIFICADORA AMPURIABRAVA * NUDESPA * BOYPAS * PROCOHA * OKIN TALDE <p>BAJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * ISMAEL SANZ, S.A * MARTINE ESPAÑA, S.A * DOLCE D'ORO 	<p>ALTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * ADIPAN, S.A. * ALIMENTACION CLEMENTE E HIJOS * BMI IBÉRICA * DELA FRIO * FUNDOSA ALIMENTARIA * INGAPAN, S.L. * INTERNACIONAL DE PANADERIA * LÀSTELL ALIMENTARIA * MAULSA * PALMAPAN * PAN ES PAN * PREELABORADOS ALIMENTARIOS * VANDEMOORTELE <p>BAJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * ALIMENTACIÓN CLEMENTE E HIJOS * COUPA * DIEXBA * IPANEX * LAZARO TABERNA * PROCOHA * PANIFICADORA AMPURIA BRAVA * SADEPAN

2000-2005	2005-2010	2010-2015
27 Empresas	26 Empresas	30 Empresas
<p>ALTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * ARBOCO * ARTESANOS MONTSENY * CERCAL * PAN HISPANO * FORVASA * IPASA * DELIFRANCE * ATRIAN BAKERS <p>BAJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * DELAFRIO * LASTELL ALIMENTARIA * PALMAPAN 	<p>ALTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * ARBOCO * ARTADI ALIMENTACIÓN * DELICIAS CORUÑA * FAPANYS * UNION PANADERA DE SAN ANDRÉS * PANRICO CONVENIENCIA * PANUSA * PANAMAR * LANTMANNEN <p>BAJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * ADIPAN * ARBOCO * CERCAL * FRIOVIVO * FUNDOSA ALIMENTARIA * MAULSA 	<p>ALTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * DIGEMXXI * DULCESOL * ARYZTA BAKERIES IBERIA * JSP(BERILYS CANARIAS) * HORNOS LA PARRA * PANALCOR * PAN COTA * PANFLOR * PANIFICADORA DE ALCALÁ <p>BAJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * PANRICO CONVENIENCIA * ARTESANOS DE MONTSENY * PAN ES PAN * PALPAN

En 1990, la producción sectorial se situó en torno a las 22.000 toneladas de producto, de las cuales unas 1.500 correspondían a panadería y el resto, aproximadamente el 93% del volumen total, a la gama de bollería y pastelería. A partir de este año se inició un periodo de constante crecimiento para el mercado de masas congeladas que provocó también un cambio en los porcentajes en los que se repartían los segmentos de pan y bollería. Datos que a lo largo de estos veinticinco años se han invertido completamente.

En 2000, el sector de masas congeladas alcanzó un volumen de producción de 220.000 toneladas, consiguiendo un crecimiento acumulado del 1.000% desde la creación de Asemac. Este crecimiento ininterrumpido a lo largo de los primeros 10 años de vida de la Asociación, fue posible gracias al elevado nivel de inversiones realizado por las empresas y también debido a la rentabilidad de las masas congeladas que continuaban atrayendo nuevo operadores, procedentes de sectores afines. En la carrera por aumentar sus ventas, los fabricantes fijaron su atención en el canal hostelero. Para lograrlo, incorporaron productos adaptados a las nuevas tendencias de restauración y facilitaron la manipulación del producto en los locales.



PRODUCCIÓN (miles de t)	PANADERIA	BOLLERÍA	TOTAL (miles de t)
1990	1,5	20,5	22
1991	-	-	29
1992	-	-	37
1993	-	-	46
1994	20	43	63
1995	41	51	92
1996	52	61	113
1997	71	71	142
1998	106	75	182
1999	156	82	238
2000	140	80	220
2001	169	87	256
2002	211	102	313
2003	248	101	349
2004	278	107	385
2005	321	112	433
2006	357	118	475
2007	428	123	551
2008	459	117	575
2009	500	110	609
2010	541	113	654
2011	568	111	680
2012	648	116	765
2013	676	125	801
2014	718	134	852

La innovación técnica aplicada al producto y la política comercial basada en el precio se convirtieron en los dos objetivos prioritarios del sector a lo largo de estos primeros años. La filosofía "descongelar y servir" generó nuevas formas de manipulación y consumo con las que dar un nuevo impulso a una nueva etapa de las masas congeladas en el libre servicio.

En 2005, el mercado nacional de masas congeladas progresó casi un 100 % respecto al 2000, alcanzando un volumen de 433.000 toneladas. Los productos de panadería incrementaron su volumen en un 129 % hasta las 321.000 toneladas.

El segmento de la bollería y pastelería, por su parte alcanzó los 112.000 toneladas, lo que representa un ascenso en volumen respecto del año 2000 del 40 %.

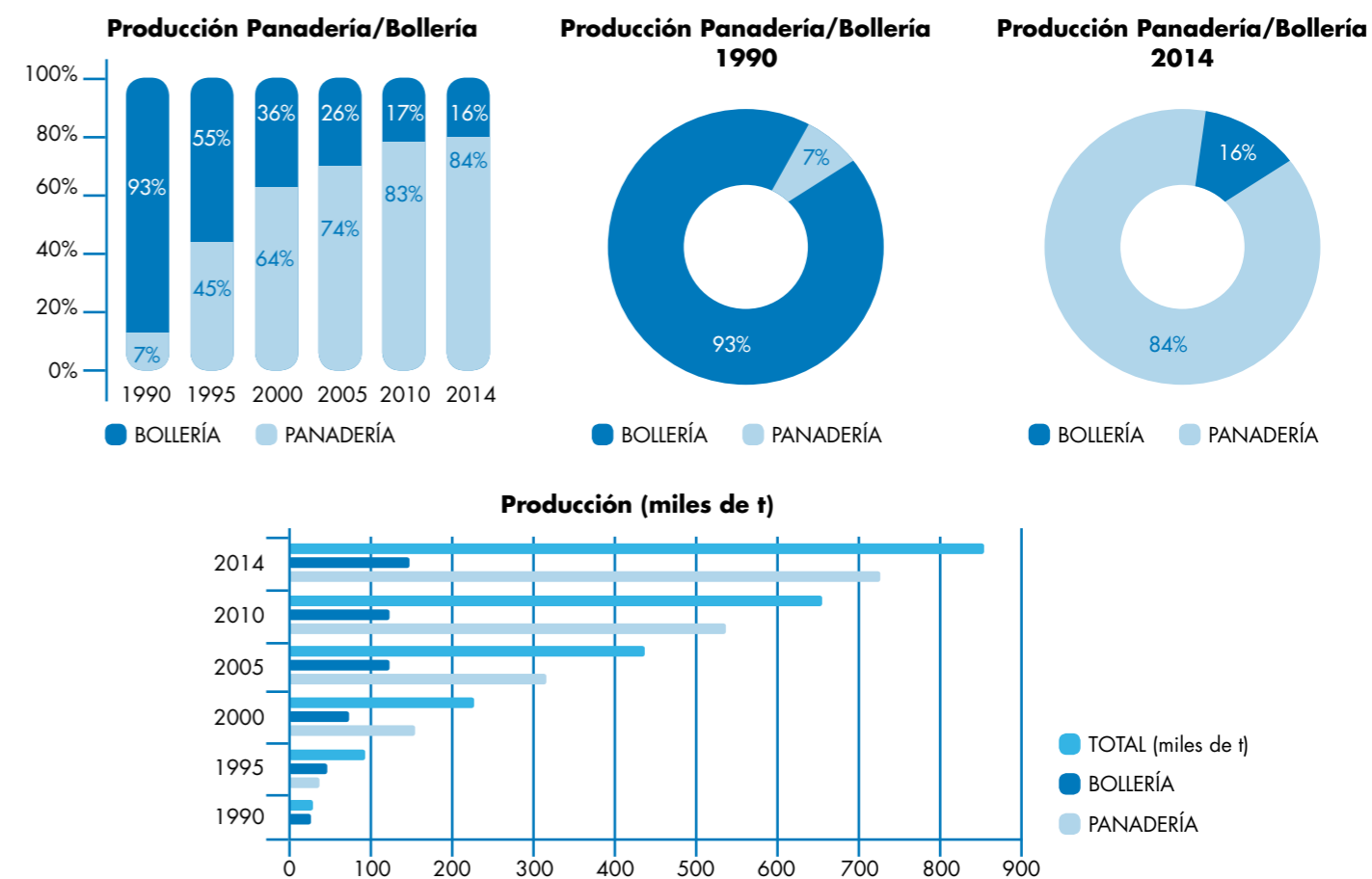
En 2010, el mercado nacional de masas congeladas registro un crecimiento del 51 % respecto al 2005, alcanzando un volumen de 654.000 toneladas. Los productos de panadería incrementaron su volumen en un 69 % hasta las 541.000 toneladas y segmento de la bollería y pastelería, por su parte alcanzó los 113.000 toneladas.

En 2014, el mercado nacional de masas congeladas registro un crecimiento del 31 % respecto al 2010, alcanzando un volumen de 852.000 toneladas. Los productos de panadería incrementaron su volumen en un 33 % hasta las 718.000 toneladas y segmento de la bollería y pastelería, por su parte alcanzó los 134.000 toneladas.

Desde el inicio de la asociación hasta ahora ha cambiado por completo el mix de producción entre panadería y bollería, siendo esta última mayoritaria al inicio (93%) y representando en el año 2014 tan sólo un 16% frente al 84% de panadería producido, cifras en cierto modo equivalente del consumo alimentario en esa categoría.

Para el 2015, siguiendo el ritmo actual del crecimiento, las previsiones totales de productos de panadería y bollería son alcanzar un volumen de 905.000 toneladas y un valor cercano a los 1.180 millones de Euros.

Evolución de la producción de 1990 a 2014



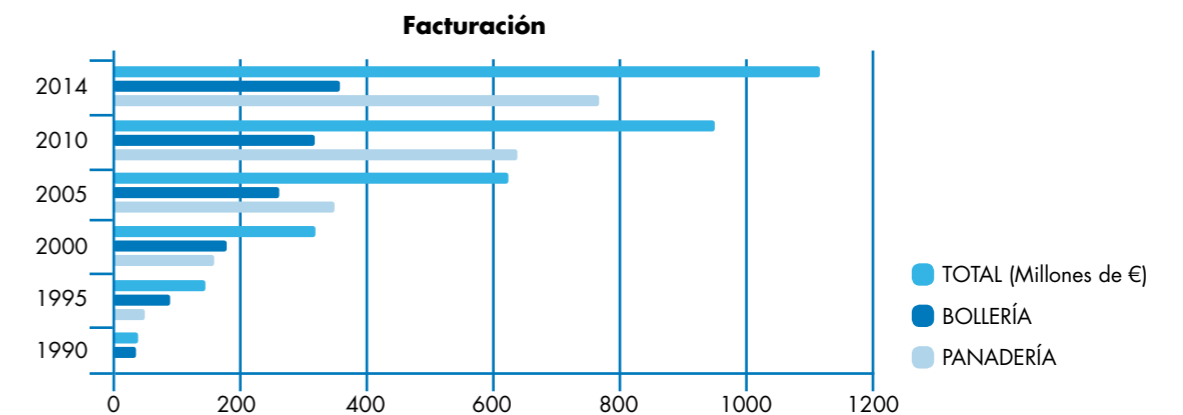
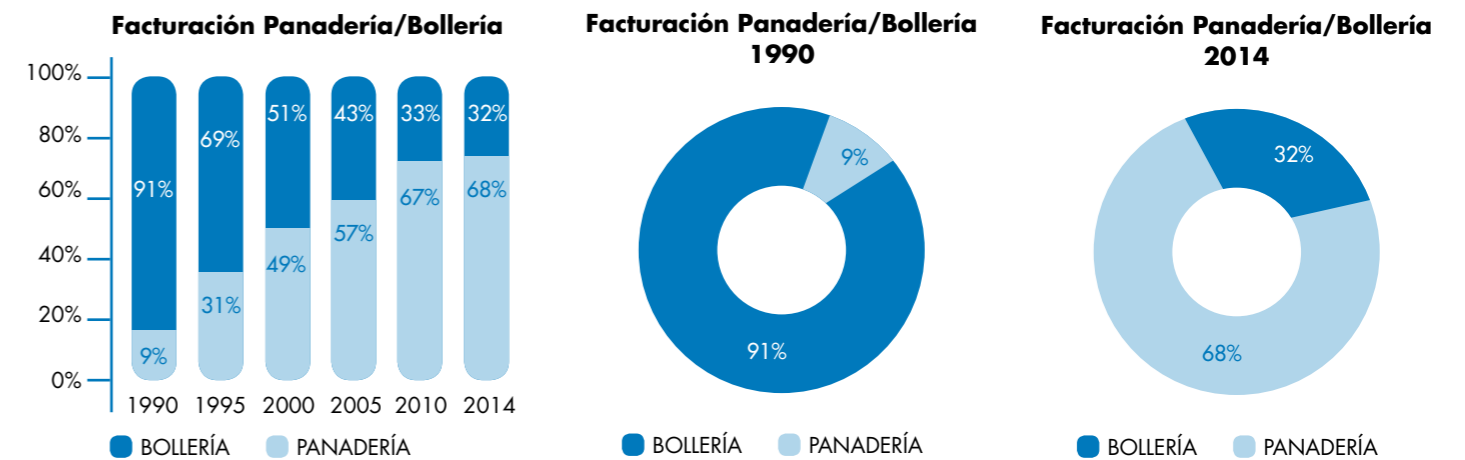


FACTURACIÓN	PANADERÍA	BOLLERÍA	TOTAL (Millones de €)
1990	3,6	38,4	42
1991	-	-	52
1992	-	-	67
1993	-	-	83
1994	28	89	118
1995	46	102	148
1996	55	119	174
1997	90	148	238
1998	127	165	292
1999	166	181	348
2000	168	173	341
2001	190	188	378
2002	249	240	489
2003	261	225	485
2004	306	251	557
2005	357	264	621
2006	420	278	698
2007	511	320	831
2008	590	319	909
2009	610	303	913
2010	633	306	939
2011	681	303	984
2012	723	315	1039
2013	735	334	1070
2014	759	364	1123

La facturación en el año 1.990 se cifraba en 42 millones de €, si bien en el 2014 ha alcanzado un valor de 1.123 millones de €, lo que supone que el valor se ha multiplicado por 27 o un ritmo de crecimiento de 2673 %.

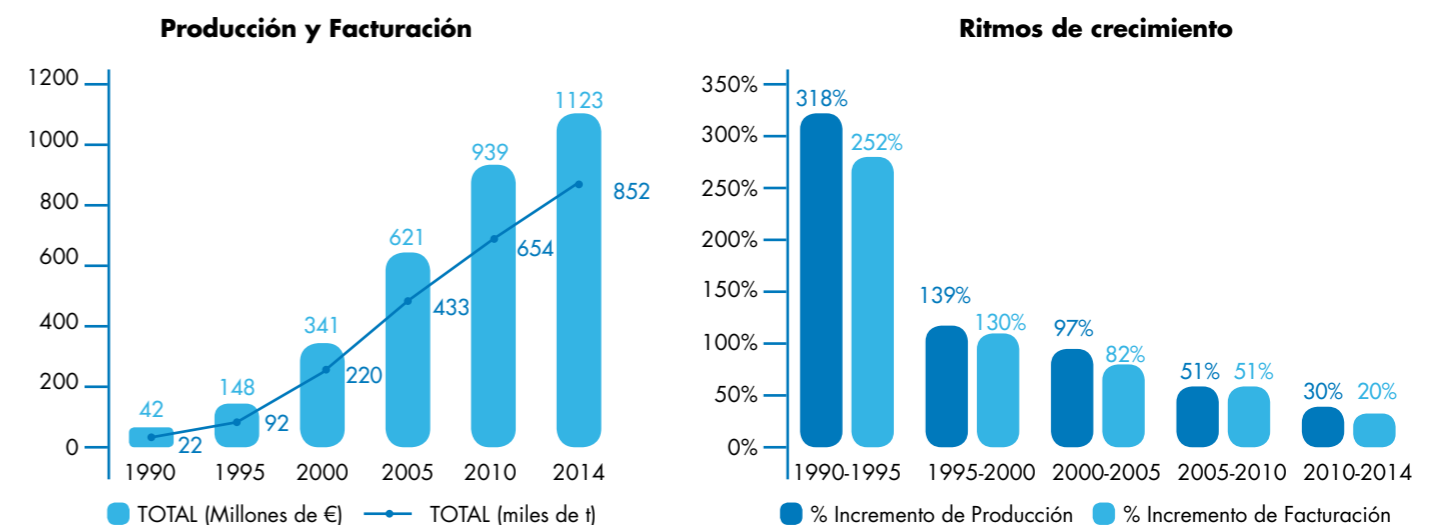
Con la facturación por consiguiente, ha ocurrido lo mismo que con la producción ,desde el inicio de la Asociación hasta ahora ha cambiado el mix de facturación entre panadería y bollería, siendo esta última mayoritaria al inicio (91%) y representando en el año 2014 tan solo de un 32 % frente al 68 % que supone el valor de la panadería

Evolución de la facturación de 1990 a 2014



A continuación se muestra la tendencia de los datos registrados de producción y facturación total (bollería + panadería) a lo largo de los 25 años y su tendencia de crecimiento.

Evolución del total de la producción y facturación de 1990 a 2014



5. COMITES DE TRABAJO

Las Comisiones de trabajo de ASEMAM, están formadas por personal cualificado de las fábricas de panadería, bollería y pastelería que prestan su dedicación y conocimientos al esfuerzo colectivo.

El objetivo de las Comisiones es dar respuesta a las crecientes exigencias del entorno europeo y nacional, promoviendo el debate profundo y amplio de los distintos temas, así como de las actuaciones para defender a la industria de la panadería, bollería y pastelería.

A continuación, se detalla la relación actual de la Comisiones de trabajo de ASEMAM:

Junta Directiva: Órgano encargado de la dirección, gobierno y administración de la Asociación. Entre sus funciones, destacan las siguientes:

1. La ejecución y cumplimiento de los acuerdos de la Asamblea General.
2. La realización y dirección de las actividades de la Asociación, necesarias para el ejercicio y desarrollo de sus fines.
3. Llevar a la Asamblea General propuesta de programas de actuación.
4. La presentación a la Asamblea General de los presupuestos, balances, liquidaciones de cuentas y propuestas de cuotas.
5. La redacción de la Memoria anual de actividades, que se someterá a la Asamblea General para su aprobación.
6. Decidir en materia de cobros y ordenación de pagos y expedición de libramientos. Abrir cuentas corrientes y de crédito, y constituir toda clase de depósitos, así como disponer de los mismos.
7. La inspección de la contabilidad, así como la mecánica de cobros y pagos, sin perjuicio de las facultades del Tesorero.
8. La inspección y cuidado del normal funcionamiento de los servicios.
9. La adopción de acuerdos referentes a la contratación de bienes y servicios, ejercicio de acciones judiciales y otorgamiento de poderes al efecto.
10. Realizar informes y estudios en interés de los afiliados.

Comisión de Seguimiento: Órgano Director de la Campaña de promoción del pan "Pan Cada Día". Entre sus funciones, destacan las siguientes:

1. Supervisar los trabajos realizados en el marco de la referida campaña de comunicación por terceros o servicios externos.
2. Definir e identificar estrategias y proyectos para la campaña de comunicación. Aprobar la ejecución de las estrategias y planes propuestos por agencias de comunicación u otros colaboradores.
3. Liderar las iniciativas que se emprendan en el marco de la campaña.
4. Ser el interlocutor con particulares, empresas u organismos que participen o puedan participar en la campaña.

Comisión Técnica: Grupo de Trabajo "ad hoc" formado por expertos de la Comisión Técnica y otros técnicos del sector (RTS, alegaciones nutricionales,...); Discute Políticas/estrategias a seguir en cada tema y elabora documentos (Guías del sector) y propuestas de líneas de actuación.

El objetivo de esta comisión es el de dar respuesta a las crecientes exigencias del entorno europeo y nacional, promoviendo el debate profundo y amplio de los distintos temas, así como de las actuaciones ágiles para defender a la industria de panadería, bollería y pastelería.

Entre otros de sus objetivos se encuentran el de debatir políticas/estrategias a seguir en cada uno de los temas a tratar, proponiendo líneas de actuación en base a su conocimiento y experiencia.

Algunos de los asuntos que se tratan son:

- * Legislación básica (RTS de panadería y Norma de calidad de bollería, pastelería y confitería)
- * Normativa de etiquetado (implementación del Reglamento 1169/2011, Reglamento de alegaciones nutricionales y de propiedades saludables, etc)
- * Contaminantes (toxinas T-2 y HT-2, acrilamida, DON, etc)
- * Otros: aditivos, aromas, materiales en contacto con los alimentos, RSPO: Certificación Aceite de Palma Sostenible,

6. PUBLICACIONES ASEMAM

Carpeta de legislación de ASEMAM.

Documento que recopila toda la legislación relativa al sector de panadería, bollería y pastelería industrial. En ella se recoge normativa referente a higiene, aditivos, etiquetado, contaminantes, almacenamiento, etc.

La Carpeta Legislativa de ASEMAM, colgada en la página web de la Asociación, se encuentra sometida a un proceso continuo de actualización.



Guía para la verificación de un Sistema de APPCC en el Sector de Masas Congeladas de Panadería, Bollería y Pastelería. Año 2009

El objetivo de esta Guía es proporcionar a las empresas del sector de fabricación de masas congeladas de panadería, bollería y pastelería las directrices relativas a la adaptación de la producción, de manera que se facilite la implantación y verificación de sistemas eficaces de autocontrol que garanticen la seguridad de los alimentos que elaboran, tal y como exige la legislación comunitaria y nacional, basados en la aplicación del sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.



Manual de Gestión de Alérgenos en el sector de masas congeladas de panadería y bollería. Año 2011

Este Manual reúne las pautas o principios generales para la adecuada gestión de riesgo de alérgenos, perfilándose como una Guía de Buenas Prácticas para la consecución de los fines que persigue, que en última instancia no son otros que producir alimentos seguros e inoocuos y proteger así la salud de los consumidores alérgicos.



Guía de Criterios Microbiológicos Aplicables al Sector de Masas Congeladas para Panadería, Bollería y Pastelería. Año 2008

Esta Guía, tiene como objetivo recopilar en un documento único y de fácil manejo toda la información relativa al control microbiológico de todas las fases que afectan a la comercialización de masas congeladas de panadería, bollería y pastelería.



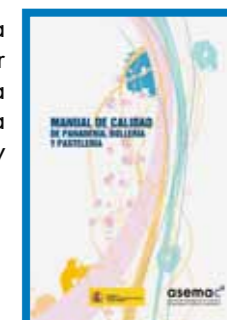
Manual de Formación de manipuladores de productos de masas congeladas de panadería y bollería. Año 2010

En este documento, las empresas del sector de masas congeladas de panadería, bollería y pastelería, pueden encontrar una ayuda y un instrumento a medida que facilita la formación de sus manipuladores de alimentos en materia de higiene alimentaria.



Manual de calidad de panadería, bollería y pastelería. Año 2012

Este Manual se perfila como una herramienta que permita proporcionar una adecuada información acerca de los sistemas de producción de la industria de panadería, bollería y pastelería.



7. EXPERIENCIAS I+D+i

ASEMAC tiene entre sus objetivos prioritarios mejorar la creación y difusión del conocimiento en el sector de la fabricación industrial de panadería, bollería y pastelería. Para ello, la Asociación cuenta con un Departamento Técnico que desarrolla e investiga los principales temas de calidad y seguridad a lo largo de la cadena alimentaria.

Con el objeto de desarrollar estas premisas y dentro del marco de las actividades de I+D+i, ASEMAM ha llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- * ASEMAM se encuentra inscrita en el Registro de Entidades que realizan Actividades de I+D, el cual pertenece al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y cuya finalidad es facilitar y promover la presentación de las diferentes solicitudes en relación a los recursos públicos de I+D+i.
- * ASEMAM participó en un proyecto con el Instituto de Agroquímica y Tecnología de los alimentos perteneciente al CSIC para determinar la influencia de la temperatura y del tiempo de almacenamiento en congelación de dos variantes del pan "baguette" precocido congelado sobre la seguridad microbiológica de los productos terminados.
- * ASEMAM participa de forma activa en el proyecto "Diagnóstico Medioambiental del Sector Agroalimentario", dirigido por AINIA con la colaboración de FIAB, que tiene como objetivos el diagnóstico de la gestión del medio ambiente en la industria agroalimentaria.
- * Actualmente, ASEMAM forma parte de la **Plataforma Tecnológica Española Food for Life-Spain**, dentro del grupo de trabajo de Alimentación y Salud. Dicha plataforma tiene como objetivo desarrollar una serie de proyectos en los cuales se prestará especial atención a los alimentos funcionales y perfiles nutricionales, sin olvidar las nuevas tecnologías alimentarias.

- * En Septiembre de 2010 la Comisión Europea concedió a ASEMAM el **Proyecto MYCOHUNT para el Desarrollo de Biosensores rápidos de detección de micotoxinas en trigo**, enmarcado dentro de la convocatoria de VII Programa Marco de la UE, en el programa específico de "CAPACIDADES".
- * ASEMAM forma parte del grupo de trabajo de Panadería que la Asociación Española de Técnicos Cerealistas (AETC) en su labor de Secretaría del Subcomité AEN /CTN 34/SC 9 de Cereales y productos derivados de AENOR.
- * Desde febrero de 2014, ASEMAM es uno de los partners del **proyecto europeo FLOURplus**. Este proyecto tiene una duración de tres años y propone desarrollar un sistema de control de procesos (sistema FLOURplus) que permita determinar con precisión la calidad de la harina y contrarrestar su variabilidad a lo largo los diferentes procesos de fabricación



8. JORNADAS DE REFLEXIÓN DE ASEMAM

Desde ASEMAM se organiza y participa en diferentes eventos con el único fin de estar al día de las novedades tanto tecnológicas como de carácter normativo u otras y, de este modo, mantener informados a todos nuestros asociados.

* Organización de Jornadas

I Jornada ASEMAM de Reflexión.

La primera Jornada de la antigua Asociación Española de Fabricantes de Masas Congeladas (ASEMAC), bajo el título "I Jornada ASEMAM de Reflexión", tuvo lugar el 17 de octubre de 2008 en el Auditorio de Forvasa en Valencia, este evento congregó a casi un centenar de personas, entre Directores Generales, de Producción y Técnicos de las empresas del sector de masas congeladas y de harinería; además contó con la representación del Presidente y Secretario del Gremio de Panaderos y Pasteleros de Valencia, representantes de Siemens y del antiguo Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino entre otros.



Entre los fines que impulsaron esta jornada destacaron:

- * Describir el sector alimentario en los últimos años destacando sus cambios estructurales y los aspectos coyunturales que han incidido en el comportamiento de las principales variables macroeconómicas industriales
- * Describir los vacíos legales existentes en el sector de masas congeladas y las acciones encaminadas a cubrir los mismos.

- * Mejorar los procesos productivos de nuestras industrias, aumentando la productividad y ayudando a poner en el mercado productos que cumplan con altos estándares de calidad y redunden en la seguridad alimentaria de toda la cadena. Para ello es necesario conocer las novedades que existen en el mercado dirigidas a mejorar nuestra eficiencia y eficacia como fabricantes, por lo que la Jornada contó con una visita a fábrica donde industrias de nuestro sector trasladaron su experiencia a la hora de abordar temas tan importantes como la trazabilidad, la seguridad alimentaria, etc.

II Jornada ASEMAM de Reflexión.

El 16 de septiembre de 2010, tuvo lugar en el recinto ferial de IFEMA de Madrid la II Jornada de Reflexión Estratégica en el sector para masas congeladas de panadería y bollería.

El encuentro, organizado por la antigua Asociación Española de Fabricantes de Masas Congeladas, ASEMAM, con el patrocinio de EGL Energía Iberia y SIEMENS y la colaboración de Rabobank e IFEMA, reunió a las empresas líderes de este sector.



Esta II Jornada persiguió, por un lado, intercambiar información macroeconómica sobre el presente y futuro de la economía española y de nuestra industria, y por otro, dar a conocer el funcionamiento del mercado energético, los medios para optimizar la utilización y gestión de la Energía en planta, así como las diferentes alternativas de contratación del suministro eléctrico que pueden permitir importantes ahorros a las empresas de este sector industrial.

La Jornada fue inaugurada por D. Alfonso de Borbón, Director de INTERSICOP y por D. Felipe Ruano, Presidente de la ASEMAM, a los que siguieron las siguientes ponencias e intensos debates:

- * D. Ángel Laborda, Director del Gabinete de Coyuntura de FUNCAS - La Economía en el purgatorio.
- * D. José Luis Novo, Sales Manager de EGL - Alternativas de contratación del suministro eléctrico - cómo aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado.
- * D. Manuel Cadenas, Responsable de Industria de bebidas y alimentación de SIEMENS - Soluciones tecnológicas para una producción eficiente. Diseño y reconversión de Sistemas de Plantas Industriales para la correcta utilización de las Energías.
- * D^o. María Castroviejo, Directora Asociada del Departamento de Análisis de RABOBANK - Cuanta más masa, mejor se pasa. Oportunidades para la Industria.
- * D. Jorge Jordana, Consejero de Presidencia de FIAB.- Innovación para estar en el futuro.

El acto fue clausurado por D^o. Isabel Bombal, Directora General de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, quien aseguró la existencia de un clima propicio y una serie de instrumentos promovidos por la administración para aprovechar las potencialidades del sector.

Jornada técnica ASEMAM en INTERSICOP

El 25 de marzo de 2011, ASEMAM organizó la primera Jornada técnica del sector de masas congeladas para panadería y bollería, en el recinto ferial de IFEMA, en el marco de la novena edición del Salón Internacional de Panadería, Confitería e Industrias Afines, celebrado durante los días 24 al 28 de marzo de 2011, Intersicop.

Esta jornada tuvo como objetivo fundamental la exposición y debate de los principales aspectos legislativos y tecnológicos que inciden en el sector de masas congeladas, además de la presentación de los últimos trabajos técnicos y de innovación llevados a cabo por ASEMAM.

La primera de las ponencias programadas fue desarrollada por la Dra. Dña. Patricia Vázquez, Directora del Departamento de Innovación de ASEMAM, quien presentó el trabajo realizado por el Departamento en el ámbito del VII Programa Marco, en el Proyecto europeo Mycohunt-Desarrollo de Biosensores rápidos de detección de micotoxinas en trigo.

A continuación D. Joan Quilez, Presidente de la Comisión Técnica de ASEMAM y Director de Tecnología de Europastry, presentó las Guías Técnicas desarrolladas por el grupo de trabajo de la Comisión Técnica en aras de facilitar a los operadores la adaptación de la normativa.

Por su parte, D^o. Monserrat Prieto, Directora del Departamento de Derecho Alimentario FIAB, expuso una interesante visión sobre el futuro reglamento de etiquetado, en la que resumió de forma concisa el estado actual y las posiciones de las instituciones europeas implicadas en el proceso de tramitación de la Norma.

A continuación, Dña. Silvia Martín, Directora del Departamento de Derecho Alimentario de ASEMAM, expuso la estructura actual y el funcionamiento de la legislación que regula el sector; así como las herramientas legislativas prácticas en las que está trabajando ASEMAM para dotar al sector de competitividad.

La clausura de la Jornada corrió a cargo de D. Felipe Ruano, Presidente de ASEMAM, quien destacó en su intervención la evolución espectacular del crecimiento del sector de las masas congeladas. Además, animó a la industria de fabricación de masas congeladas a continuar trabajando en la mejora del sector y promover actuaciones tales como la presente jornada, que se articula como un instrumento de transferencia de conocimiento para todos los operadores del sector.

III Jornada ASEMAM de Reflexión

El 23 de octubre de 2012, ASEMAM celebró su III Jornada de Reflexión, cita a la cual acudieron altos directivos de esta industria para abordar el presente del sector y las líneas estratégicas que marcarán su futuro.



El polifacético profesor y experto economista, Leopoldo Abadía, abrió la jornada con la ponencia: "Los sensatos ante la crisis y siempre". Como autor del exitoso libro La crisis Ninja y otros misterios de la economía actual, descubrió a los asistentes, con su habitual locuacidad, las claves de la situación económica actual y las oportunidades que puede ofrecer.

Se sucedieron a lo largo de toda la Jornada las conferencias y los debates, protagonizados por relevantes ponentes como: José María Basanta, Director de Mercado Industria de Lesaffre Ibérica; Anne Frémaux, Directora de Bakery de Girafood; Delphine Leconte-Demarsy de Agritel; Teresa Gómez-Cuétara de Bühler; Manuel Cárdenas, responsable sector alimentación y bebidas de SIEMENS Industria y Martín Muñoz Climent, Director General de MAVAL.

La tarde se inició con una mesa redonda y a continuación se desarrollaron las ponencias de Juan Manuel López, Director General de Acciona Forwarding; Jaime Palafox, Director de Internacionalización de la FIAB; Aurelio del Pino, Director General de ACES y de Frances Casabella, Director General de La Sirena.

La Jornada de Reflexión contó con un acto de apertura a cargo del Presidente de ASEMAM y Director General de Berlys, Felipe Ruano; y con una clausura realizada por Fernando Burgaz, Director General de Mercados e Industrias Alimentarias, MAGRAMA, quien incidió especialmente en el contenido del anteproyecto de la Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, aprobado el viernes anterior, 19 de octubre, por el Consejo de Ministros.

IV Jornada ASEMAM de Reflexión

El 24 de octubre de 2014, se celebraron en el Salón de Actos de Mercamadrid las IV Jornadas de Reflexión Sectorial en el sector industrial de panadería, pastelería y bollería.



El encuentro, organizado por ASEMAM, se dirigía principalmente a altos directivos de la industria con el fin último de abordar el presente del sector y las líneas estratégicas que marcarán su futuro.

La Jornada fue inaugurada por el D. Ignacio Arranz, Director General de Mercamadrid, quien seguidamente dio paso a los tres bloques en los que se dividía la Jornada, a través de los cuales se analizó la situación actual del sector productor, su competitividad, el mercado actual, y la mejora de las estrategias empresariales, entre otros temas.

En concreto, en la jornada se abordaron los nuevos modelos de comercialización de estos productos y se analizó la situación actual, pero también las expectativas de este sector en la hostelería y restauración en España.

Además, durante el acto se presentó el impacto que tiene el proceso de panificación industrial en el sabor y la textura del pan, pero sobre todo el efecto de la energía en la competitividad de los procesos productivos.

En este sentido, la jornada contó con la presencia de diversos ponentes de relevancia como Ignacio Arranz Recio, Director General de Mercamadrid; Teresa Gómez-Cuétara, Responsable del Departamento de Value Added Process de BÜHLER; Juan Ignacio Díaz Bidart, Secretario General de Fehrcarem; Laurent Soupiron y Miguel Angel Martínez, del Centro de Investigación y Desarrollo de Lesaffre; y Enrique García Jiménez, coordinador de Cuentas nacionales de Gas Natural Distribución, SDG.

Asimismo, ya por la tarde, se desarrolló una mesa redonda sobre las estrategias de comercialización de futuro para los productos de nuestra industria en la que han intervenido Ignacio García-Magarzo, Director general de Asedas; Jorge Pastor, Presidente del Club Richemont y director de Panishop; y Antonio J. Perez, Consejero Delegado del Grupo Panaria- Cafe & Te.

Finalmente, el acto fue clausurado por D. Felipe Ruano, Presidente de ASEMAM, quien destacó el trabajo y el esfuerzo que está llevando a cabo toda la industria al completo en pro de la innovación, la calidad y la seguridad para adaptarse a las nuevas tendencias de consumo y a los nuevos formatos de distribución existentes hoy en día.

9. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL PAN

En Junio de 2007, ASEMAM aprobó la realización de la campaña de promoción "Pan Cada Día", que se mantiene hasta nuestros días y se articula en la promoción de la imagen del pan, para evitar confusiones en el conocimiento del consumidor sobre las cualidades del mismo.

En este proyecto la Asociación participa junto a otros integrantes de la cadena harina-trigo-pan, con el objeto de invertir la tendencia descendente que ha caracterizado el consumo del pan, alimento básico en una dieta sana y equilibrada, en los últimos 30 años.

Otro de los objetivos importantes de la campaña es fomentar la investigación científica para promover y reivindicar la evidencia de que el consumo de pan es beneficioso para la nutrición y la salud de la población, en el marco de la Dieta Mediterránea.

Las acciones están dirigidas a colectivos muy específicos: consumidores, a las mujeres de mediana edad y clase media, y a los niños; además de líderes de opinión (médicos, técnicos, científicos, periodistas, críticos...); educadores e instituciones (administraciones públicas). En el estudio previo a la campaña, se dio prioridad a la influencia que se debe ejercer en colectivos como los médicos o los científicos.

Los mensajes que se lanzan durante la campaña persiguen unos objetivos claros: detener la caída del consumo, contribuir a generar un cambio de percepción sobre el pan, promover una corriente de opinión favorable al pan e incrementar el prestigio del pan. Además, durante la campaña se han realizado estudios, para su posterior difusión, sobre temas relacionados con el estado nutricional de los niños y su consumo de pan.

También se han creado los premios "De toma pan y moja", que asociaron a personajes populares con el pan.

Los contenidos científicos de la campaña "Pan cada día" están respaldados por el Comité Científico del Pan, integrado por el profesor Ángel Gil, Catedrático de Bioquímica Molecular de la Universidad de Granada; la doctora Ana Sastre; el profesor Lluís Serra, Catedrático de Medicina y Salud Pública de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria; la doctora Carmen Benedito, del IATA-Centro Superior de Investigaciones Científicas; la doctora Consuelo López Nomdedeu, miembro del Instituto Carlos III; y la profesora Rosa María Ortega, Catedrática de Nutrición de la Universidad Complutense de Madrid. Otros científicos colaboradores de la Campaña son, D^o. Beatriz Navia, profesora titular de la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid o la Dra. Gómez Candela, Jefa de la unidad de nutrición clínica y dietética del Hospital Universitario la Paz de Madrid.

Algunas de las acciones realizadas en el marco de la campaña "Pan cada día" son:

- * La campaña "Pan cada día" ha lanzado un claim "**Megusta el pan**", creado para seguir reivindicando las bondades del pan como alimento rico y saludable. Su uso está indicado para aprovechar la diversidad de soportes que habitualmente se manejan en el sector de la fabricación, materias primas, envasado y distribución del pan en España, generando así una mayor visibilidad y difusión
- * También se han desarrollado acciones en redes sociales; promociones en los puntos de venta; acciones conjuntas con entidades como el Banco de Alimentos y la Cruz Roja o colaboraciones con otros productos que van de la mano del pan, como el jamón, el tomate o el aceite, así como con la alta gastronomía.
- * Asemac participó en la iniciativa "**Desayuno Saludable en el Senado**" en el 2014, con el objetivo de reivindicar la importancia de desayunar y hacerlo de una manera apropiada, en un momento en el que muchos españoles no prestan la suficiente atención a la que, sin duda, es la comida más importante del día
- * La campaña "**Pan Cada Día**" ha realizado numerosos estudios científicos, entre los que destacamos:



- * Por último, destacar que la campaña 'Pan Cada Día' presenta anualmente dos eventos en diferentes ciudades de nuestro país para divulgar los resultados de los estudios científicos y destacar las bondades del pan, que en el 2015 tendrán lugar en Sevilla y en Pamplona.



asemac*

asociación española de la industria
de panadería, bollería y pastelería



C/Diego de León, 54
Escalera B - 5º Derecha
28006 Madrid

e-mail: asemac@asemac.es
Teléfono: 91.563.58.60
Fax: 91.561.59.92

www.asemac.es