

**asemac\***

asociación española de la industria  
de panadería, bollería y pastelería

**DOSSIER DE PRENSA**  
**JUNIO, 2014**

- **Palabras del Presidente**
- **¿Qué es ASEMAC?**
- **El sector en cifras**
- **Nuestro compromiso con los consumidores**
- **Sector responsable**
- **¿Quiénes forman ASEMAC?**

## 1. PALABRAS DEL PRESIDENTE

---



*Cada vez es más evidente el incremento de la demanda de productos innovadores por parte del consumidor, que se adapten a los nuevos estilos de vida y tendencias de consumo, debiendo éstos satisfacer sus necesidades, prácticas, valores o búsqueda de la funcionalidad.*

*La Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) no es ajena a esta demanda y nuestras empresas se encuentran en continuo cambio tratando de ofrecer nuevos productos que cumplan con las necesidades de los clientes.*

*Tras el cambio de estatutos que realizamos en marzo de 2012, ASEMAC ha ampliado su ámbito de actuación a toda la industria de la panificación, aceptando la integración de aquellas industrias del sector comprometidas con la tecnología, la innovación y la calidad.*

*El nuevo rumbo de ASEMAC tiene entre sus objetivos más relevantes ayudar a las empresas del sector españolas, que ya han experimentado grandes cambios a través de la innovación tecnológica, a reforzar la comercialización en el mercado español y ganar competitividad en Europa.*

*Es nuestra responsabilidad como asociación velar por mantener altos todos los*

*requisitos en cuanto a calidad y sabor, que garanticen el mantenimiento de un consumo creciente en el tiempo, tanto a nivel nacional como en los productos exportados.*

*Desde ASEMAC trabajaremos para contribuir a que el sector alcance la excelencia promoviendo la transferencia del conocimiento entre los operadores y ayudando a las empresas a seguir creciendo en el mercado de la UE.*

*Por todo ello, desde ASEMAC esperamos que toda la información que contiene este dossier sea de gran utilidad y ayude a difundir el papel tan significativo que desempeñan los productos de panadería, bollería y pastelería en nuestra alimentación y en una dieta equilibrada.*

**Felipe Ruano Fernández-Hontoria**  
**Presidente de ASEMAC**

## 2. QUÉ ES ASEMAC

---

ASEMAC es la organización que agrupa y defiende los intereses de la industria española de la panadería, bollería y pastelería, una de las más avanzadas de la alimentación moderna y puntera en la aplicación de los más estrictos controles de calidad y seguridad alimentaria. Las empresas asociadas elaboran y comercializan productos con un perfil nutricional elevado, facilitando una dieta equilibrada y saludable, además de responder y adaptarse con eficacia a los nuevos hábitos de consumo, actitudes y necesidades de la población actual.

En la actualidad, la asociación aglutina a más de 30 empresas, presente en todas las Comunidades Autónomas, lo cual representa el 80% de las empresas del sector y cerca del 90% de las ventas del sector. Las empresas asociadas presentan una gran capacidad para 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.

ASEMAC es miembro de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y a nivel internacional, de la *Association Internationale de la Boulangerie Industrielle (AIBI)*.

El sector de las masas congeladas de panadería y bollería de las empresas asociadas ha tenido un crecimiento espectacular desde el año 1993 hasta 2011, con un aumento de más del 400%. Hasta el año 2012 ASEMAC solamente englobaba la producción de masas congeladas de panadería y bollería con una cifra de negocio en 2011 de 980 millones de euros y una producción de 680.000 toneladas.

Actualmente, 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.

A partir del cambio de estatutos en marzo de 2012, puesto que la Asociación acoge a toda la industria de panadería, bollería y pastelería, la cifra de la producción industrial en 2013 de las empresas representadas en ASEMAC se ha cifrado en casi 857.766 toneladas y en 1.156.824 millones de euros en términos de facturación.

**Producción 2012-2013 (Panadería, pastelería y bollería Asociados ASEMAC)**

	<b>Total 2012</b>	<b>Total 2013</b>	<b>Var. tms (%)</b>
<b>PAN</b>	701.923	728.097	3,7
<b>BOLLERIA</b>	120.162	129.669	7,9
<b>Total (miles de Kg)</b>	<b>822.085</b>	<b>857.766</b>	<b>4,3%</b>

**Facturación 2012-2013 (Panadería, pastelería y bollería Asociados ASEMAC)**

	<b>Total 2012</b>	<b>Total 2013</b>	<b>Var. (%)</b>
<b>PAN</b>	793.906	803.299	1,2
<b>BOLLERIA</b>	331.689	353.525	6,6
<b>Total (miles de euros)</b>	<b>1.125.595</b>	<b>1.156.824</b>	<b>2,8%</b>

### 3. EL SECTOR EN CIFRAS

---

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, el mercado español de consumo de pan en el hogar durante 2013 se situó en 1.689 millones de Kgs, por un valor cercano a 3.945 millones de euros. Estas cifras suponen un aumento interanual del 2,8% en volumen y un ligero repunte en valor del 1,2%. Los panes frescos y congelados suponen 1,42 millones de toneladas y un valor de 3.221 millones de euros, mientras que las restantes 271.142 toneladas y 715.203 euros corresponden a los panes industriales.

El pan fresco normal constituye el 90,6% del mercado de panes frescos y congelados, mientras que el pan fresco integral supone otro 9,38%. En el caso de los panes industriales, el 72,23% de la oferta está compuesto por panes frescos y el restante 27,76% por panes secos. Algunas partidas que han adquirido una importancia creciente son las de los panes industriales integrales, sin corteza o enriquecidos.

En la actualidad, el sector de la panadería está configurado por unas 170.000 empresas, de las que 15.000 se dedican a la fabricación y las restantes 155.000 a la comercialización. Estas cifras suponen alrededor de la tercera parte de todas las empresas alimentarias de nuestro país.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (31,44 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 28,49 kilos per cápita. En términos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 70,92% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (63,6 euros).

La atomización constituye el rasgo más característico de este sector, ya que el 90% está compuesto por pequeñas empresas de menos de 10 trabajadores. La media de personal es de menos de ocho personas por empresa de fabricación y de 1,3 para las de comercialización.

Hoy en día, unas 90.000 personas trabajan directamente en la fabricación del pan y alrededor de 200.000 en su comercialización. Se trata del sector alimentario que más recursos

humanos emplea: en torno al 27% del total de la industria alimentaria. Alrededor del 7,7% de la facturación de las industrias alimentarias españolas proviene del sector de panadería.

La barra o pistola constituye el formato más demandado por los españoles, con alrededor del 75% de todos los consumos. A mucha distancia aparecen las baguettes, con un cuota en torno al 10% de todo el mercado, las chapatas (7%) y el pan payés (4%).

Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 5,63 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,04 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 17,9% y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (9,37 euros per cápita).

AÑO 2012	CONSUMO		GASTO	
	VOLUMEN (Miles Kgs)	PER CÁPITA	VALOR (Miles Euros)	PER CÁPITA
<b>TOTAL PAN</b>	1.652.454,17	35,87	3.890.314,24	84,44
<b>PAN FRESCO Y CONGELADO</b>	1.393.081,83	30,24	3.194.197,51	69,33
PAN FRESCO INTEGRAL	123.426,19	2,68	313.290,13	6,80
PAN FRESCO NORMAL	1.269.668,53	27,56	2.880.966,80	62,54
PAN FRESCO SIN SAL	19.305,55	0,42	42.889,11	0,93
PAN INDUSTRIAL	259.372,34	5,63	696.116,73	15,11
<b>PAN INDUSTRIAL FRESCO</b>	186.183,09	4,04	431.521,25	9,37
PAN IND.F.INTEGRAL	27.234,56	0,59	53.605,64	1,16
PAN IND.F.NORMAL	130.301,97	2,83	268.966,92	5,84
PAN IND.F.S/CORTEZ	28.646,57	0,62	108.948,70	2,36
PAN IND.F.ENRIQUEC	52.047,55	1,13	116.467,83	2,53
<b>PAN INDUSTRIAL SECO</b>	73.189,24	1,59	264.595,48	5,74

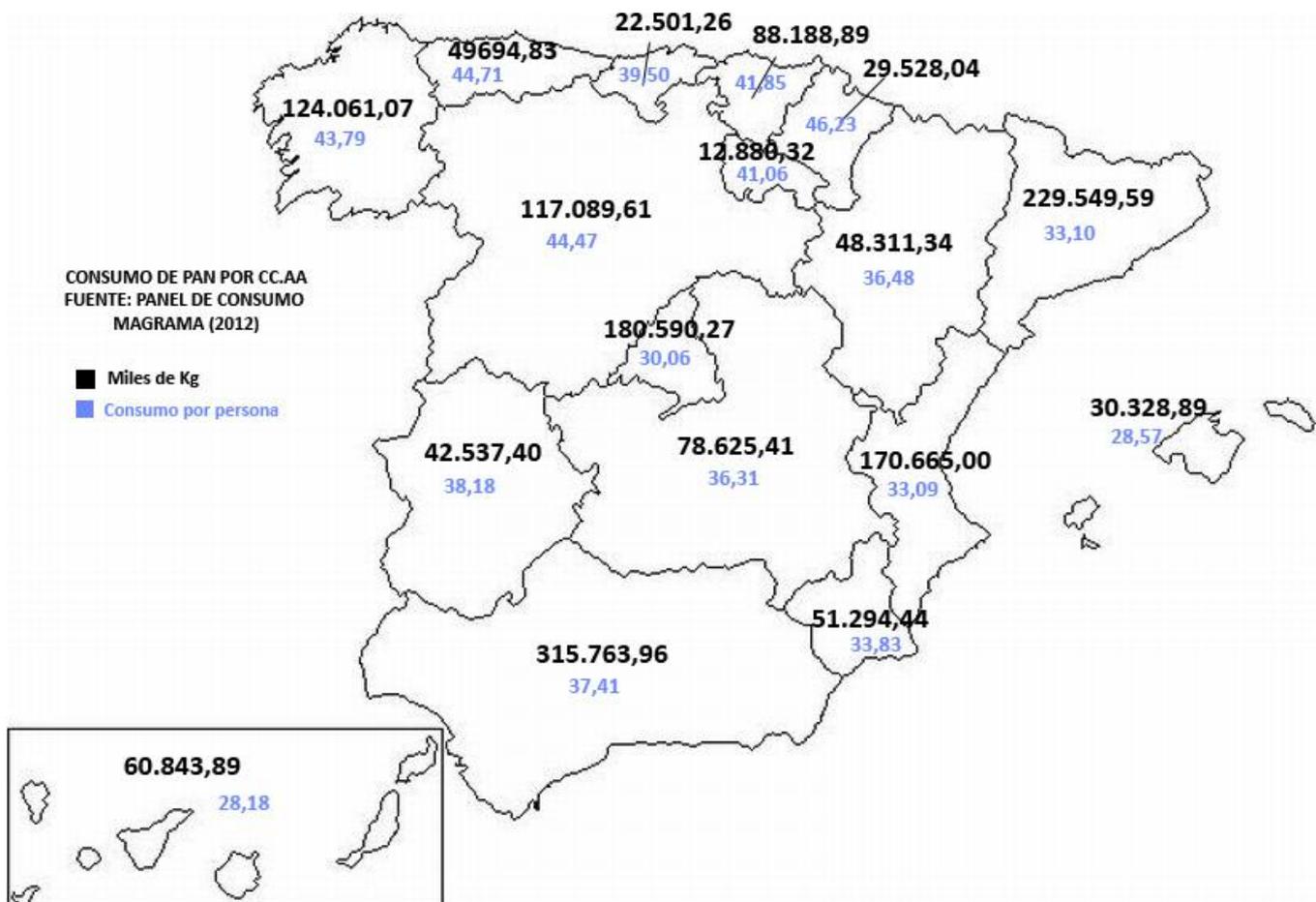
AÑO 2013	CONSUMO		GASTO	
	VOLUMEN (Miles Kgs)	PER CÁPITA	VALOR (Miles Euros)	PER CÁPITA
<b>TOTAL PAN</b>	1.699.095,44	37,41	3.936.250,44	86,67
<b>PAN FRESCO Y CONGELADO</b>	1.427.952,75	31,44	3.221.046,68	70,92
PAN FRESCO INTEGRAL	133.997,95	2,95	332.793,43	7,33
PAN FRESCO NORMAL	1.293.963,34	28,49	2.888.297,20	63,60
PAN FRESCO SIN SAL	17.847,84	0,39	40.290,51	0,89
PAN INDUSTRIAL	271.142,69	5,97	715.203,76	15,75
<b>PAN INDUSTRIAL FRESCO</b>	195.850,22	4,31	444.629,76	9,79
PAN IND.F.INTEGRAL	30.804,88	0,68	66.472,67	1,46
PAN IND.F.NORMAL	134.759,88	2,97	270.056,05	5,95
PAN IND.F.S/CORTEZ	30.285,46	0,67	108.101,04	2,38
PAN IND.F.ENRIQUEC	76.625,71	1,69	167.852,29	3,70
<b>PAN INDUSTRIAL SECO</b>	75.292,46	1,66	270.574,00	5,96

#### 4. Datos de consumo por Comunidades Autónomas

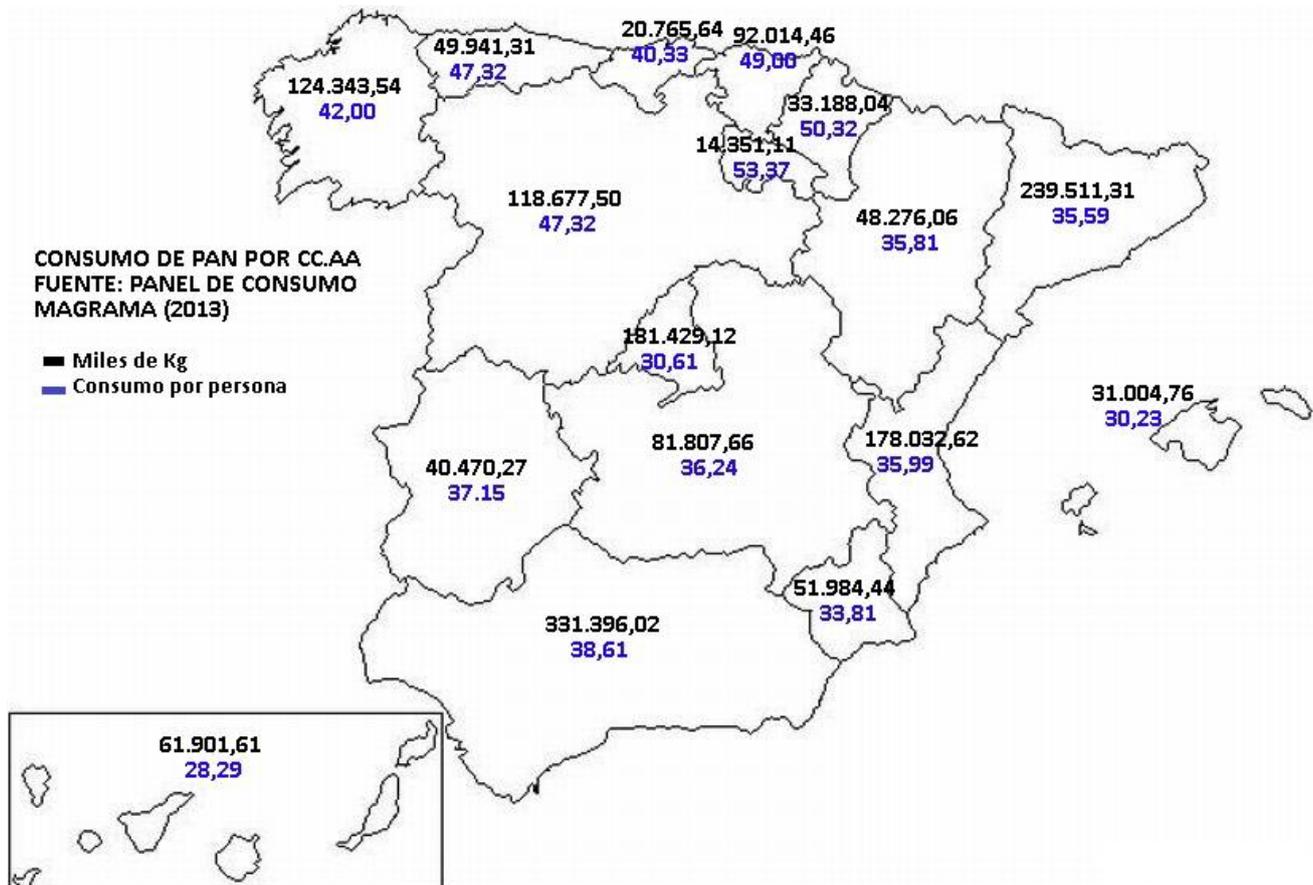
---

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Andalucía es la Comunidad Autónoma con más consumo de pan en el año 2013 (331.396,02 miles de kilos) y 2011, seguida por Cataluña con 239.511,31 kilos. En el lado opuesto se encuentra La Rioja con 14.351,11 kilos siendo la Comunidad Autónoma con la cifra de consumo total más baja, al igual que el año 2012. Además, hay que destacar que La Rioja es la Comunidad Autónoma con el consumo más alto por persona (53,37 kilos por persona) el pasado año.

FUENTE: DATOS MAGRAMA 2012						
CONSUMO EN HOGARES						
VOLUMEN (Miles Kgs)						
	CATALUÑA	ARAGON	BALEARES	VALENCIA	MURCIA	ANDALUCIA
PAN	229.549,59	48.311,34	30.328,89	170.665,00	51.294,44	315.763,96
PAN FRESCO/CONGELADO	190.564,96	42.553,80	24.104,49	142.000,87	42.850,62	269.009,03
PAN INDUSTRIAL	38.984,63	5.757,54	6.224,40	28.664,12	8.443,82	46.754,93
PAN INDUSTRIAL SECO	11.532,28	1.938,17	1.284,25	9.111,54	2.525,01	14.355,90
	MADRID	C. LA MANCHA	EXTREMADURA	CASTILLA LEON	GALICIA	ASTURIAS
PAN	180.590,27	78.625,41	42.537,40	117.089,61	124.061,07	49.694,83
PAN FRESCO/CONGELADO	141.418,51	66.232,09	35.492,35	104.589,01	110.718,31	44.276,21
PAN INDUSTRIAL	39.171,76	12.393,32	7.045,05	12.500,60	13.342,76	5.418,61
PAN INDUSTRIAL SECO	10.411,59	3.250,80	2.033,19	3.122,32	3.589,05	1.480,65
	CANTABRIA	PAIS VASCO	LA RIOJA	NAVARRA	CANARIAS	
PAN	22.501,26	88.188,89	12.880,32	29.528,04	60.843,89	
PAN FRESCO/CONGELADO	18.970,92	76.293,66	11.079,75	27.052,90	45.874,38	
PAN INDUSTRIAL	3.530,34	11.895,22	1.800,57	2.475,14	14.969,51	
PAN INDUSTRIAL SECO	1.151,55	2.851,08	445,27	671,96	3.434,61	



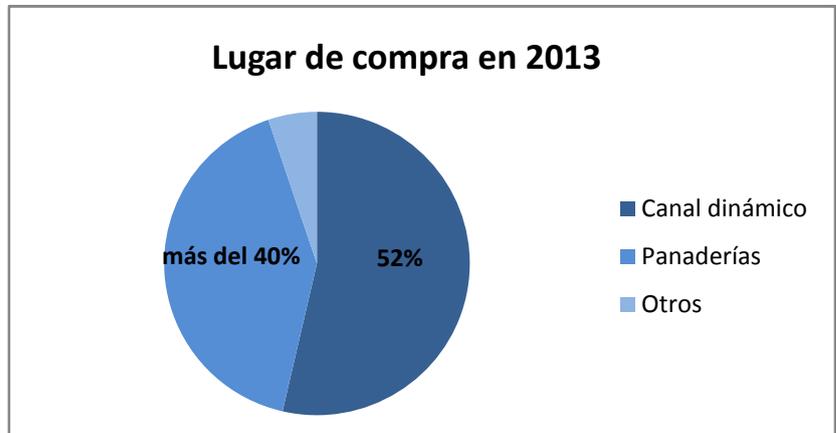
FUENTE: DATOS MAGRAMA 2013 CONSUMO EN HOGARES						
VOLUMEN (Miles Kgs)						
	<b>CATALUÑA</b>	<b>ARAGON</b>	<b>BALEARES</b>	<b>VALENCIA</b>	<b>MURCIA</b>	<b>T.ANDALUCIA</b>
PAN	239511,31	48276,06	31004,76	178032,62	51984,44	331396,02
PAN FRESCO/CONGELADO	198150,46	41787,53	25183,09	147809,55	42878,39	283746,47
PAN INDUSTRIAL	41360,85	6488,54	5821,67	30223,08	9106,05	47649,55
PAN INDUSTRIAL SECO	12127,01	1830,91	1332,23	9514,40	2428,28	14688,71
	<b>MADRID</b>	<b>C. LA MANCHA</b>	<b>EXTREMADURA</b>	<b>CASTILLA LEON</b>	<b>GALICIA</b>	<b>ASTURIAS</b>
PAN	181429,12	81807,66	40470,27	118677,50	124343,54	49941,31
PAN FRESCO/CONGELADO	140998,07	68612,59	33348,11	105966,79	109023,23	44223,02
PAN INDUSTRIAL	40431,06	13195,08	7122,16	12710,71	15320,31	5718,29
PAN INDUSTRIAL SECO	10543,75	3372,02	2107,32	3099,32	3867,85	1577,41
	<b>CANTABRIA</b>	<b>PAIS VASCO</b>	<b>LA RIOJA</b>	<b>NAVARRA</b>	<b>CANARIAS</b>	
PAN	20765,64	92014,46	14351,11	33188,04	61901,61	
PAN FRESCO/CONGELADO	16734,74	80088,10	12461,58	30180,63	46760,46	
PAN INDUSTRIAL	4030,90	11926,35	1889,53	3007,41	15141,16	
PAN INDUSTRIAL SECO	1066,94	2986,16	444,16	747,59	3558,39	



## 5. Puntos de venta

---

En cuanto al lugar de compra, en 2013 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan al canal dinámico, que engloba el híper, el súper y la tienda de descuento (52,1%). Mientras que las panaderías



tradicionales mantienen su alto porcentaje de venta con más de un 40%, según los datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Estos datos contrastan con los disponibles entre mayo de 2012 y abril de 2013, cuando las compras de pan en los supermercados alcanzaron una cuota del 34,6%, en los hipermercados del 7%, y en las tiendas de descuento del 9,6%. El resto lo configuraban las ventas a domicilio y otras formas comerciales, con cerca del 6,9%.

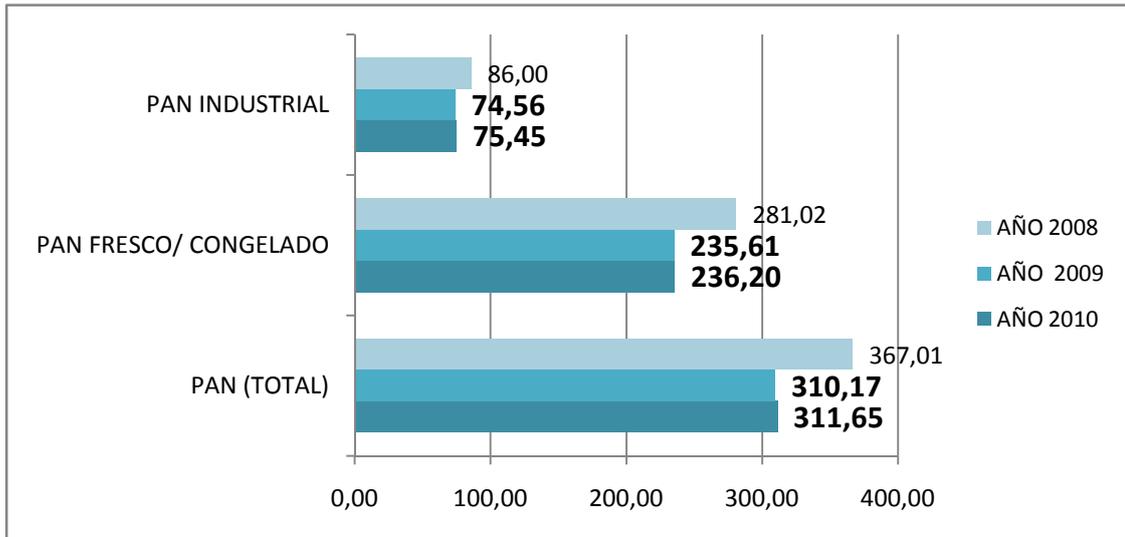
Según los últimos datos disponibles del Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente, a fecha de 2010, las ventas de pan en el sector de la Hostelería y la Restauración han ido decreciendo desde el año 2008 y, aunque en 2010 hubo un pequeño repunte, no se alcanzaron los niveles anteriores.

Por último, destacar el incremento que se ha producido en el número de tiendas especializadas y otros establecimientos de la restauración y la hostelería que apuestan por el pan de calidad dentro del canal HORECA.

Además, la buena evolución del turismo y lo que conlleva en relación a las tapas como fenómeno gastronómico también ha contribuido a que cada vez se aprecie más la calidad e importancia del pan en los establecimientos de clase medio-alta. De esta manera, gran parte de

los chefs españoles más destacados en la actualidad están fomentando el consumo del pan a través de la creación de tapas cada vez más originales convirtiendo a este producto en el ingrediente estrella de la cocina de vanguardia.

**CANTIDAD COMPRADA POR HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (DATOS EN MILLONES DE KILOS)**



## 6. NUESTRO COMPROMISO CON LOS CONSUMIDORES

---

La innovación hoy en día es vital para cualquier ámbito de la producción. El sector de la industria de panadería, bollería y pastelería no es ajeno a esta corriente. Los consumidores se declaran cada vez más implicados con su alimentación y se han vuelto más exigentes, por lo que la industria tiene que estar a la altura de las circunstancias.

El sector tiene que ser capaz de responder a la demanda de productos con valor añadido, a los nuevos hábitos de vida, a las nuevas estructuras familiares. En definitiva, desde cambios en los envases, como son formatos unipersonales u otros más grandes de ahorro, a nuevos productos con propiedades nutricionales o sabores especiales que se adapten a las necesidades de los consumidores. Ya no basta con hacer la vida de los clientes más fácil, ahora también hay que conseguir hacerles más felices.

Las empresas de ASEMAC están realizando importantes inversiones en I+D+i para la obtención de productos destinados a satisfacer a un consumidor más informado, exigente y comprometido con una dieta sana y equilibrada. Algunos de los últimos lanzamientos protagonizados por este sector, son productos enriquecidos con sal yodada, vitaminas, fibras, ácidos grasos omega-3 u otros ingredientes que aportan valor al producto y por el que el consumidor está dispuesto a pagar más o a consumir en mayor proporción.

Todos estos cambios ayudarán a las empresas miembro de ASEMAC a ofrecer los mejores productos al mejor precio, pero sobre todo a reforzar las ventas en el mercado español y ganar competitividad en Europa, un mercado donde cada día estamos más presentes y existen posibilidades de crecimiento.

## 7. SECTOR RESPONSABLE

---

Las empresas que forman ASEMAC configuran un sector comprometido y sostenible desde todos los puntos de vista.

Se trata de un sector sostenible económicamente, ya que genera riqueza para el país, pero también hay que tener en cuenta la función social que desarrolla, debido a que la mayoría de sus plantas están presentes en zonas rurales, donde el empleo que produce permite que las personas puedan mantenerse en estos territorios en condiciones iguales a las que disfrutaban las que viven en las ciudades y no tengan que emigrar a las grandes urbes.

Y todo ello con respeto por el medio ambiente, cuestión fundamental para nuestras empresas, que tratan de optimizar sus procesos para consumir la mínima energía en sus procesos y generar los mínimos subproductos, los cuales, en la mayoría de los casos, se valorizan y se emplean en otras industrias alimentarias, como es la alimentación animal.

Por otro lado, nuestro compromiso 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, Prevención de la Obesidad y Salud (Código PAOS) es clara. Muestra de ello es el acuerdo firmado en año 2005 con el antiguo Ministerio de Sanidad y Consumo para la reducción en el porcentaje de sal utilizado en la elaboración de pan, que pasaría de los 2,2 g de sal por cada 100 gramos de harina hasta un máximo de 1,8 gramos de sal por cada 100 gramos de harina en un periodo de cuatro años, disminuyendo a razón de un gramo cada año. Además, esta reducción se ha llevado a cabo sin alterar las condiciones necesarias para la elaboración del pan.

Con respecto a las grasas trans, la forma en que los productos de bollería, panadería y pastelería han mejorado, de manera general, ha sido mediante el empleo de margarinas con niveles más reducidos o nulos, ya que el criterio central ha sido la no utilización de grasas totales o parcialmente hidrogenadas en su formulación.

En este sentido, mediante el análisis de los datos aportados se ha observado que los niveles de ácidos grasos en las margarinas empleadas en la elaboración de estos productos se encuentra en niveles actuales <2% cuando en situaciones anteriores alcanzaban niveles superiores al 5% o incluso al 10% hace siete años. Por lo que en los últimos años se han conseguido reducciones de ácidos grasos trans de un 60-90% en las margarinas empleadas.

Los productos de los asociados de Asemac han sido reformulados para eliminar la grasa vegetal hidrogenada por lo que la mayor parte de ellos contienen niveles inferiores a 1gr de a.g.trans por 100 gramos de producto. Por ello se constata la disminución de los ácidos grasos 'trans' en los productos de bollería, hasta situarlos por debajo del 2%.

Pero estos esfuerzos no se quedan ahí, por eso seguimos trabajando con la vista puesta en la mejora de todas aquellas cuestiones relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa, al mismo tiempo que conseguimos productos cada vez más adaptados a las nuevas demandas de la sociedad y, por supuesto, de los consumidores.

## 8. MIEMBROS DE ASEMAC

---

**ARTADI ALIMENTACIÓN, S.L.**

C/ José María Korta - Parleca 5  
20750 Zumaia - Guipúzcoa  
Tel: 943 86 56 50 Fax: 86 56 51  
[www.okin.es](http://www.okin.es)



**ATRIAN BAKERS UNIFRES**

Av. de la Industria, 7  
P.I. Pla del Camí - 08927 CASTELLGALI  
(Barcelona)  
Tel: 93 875 88 00 - Fax: 93 875 88 01  
[www.lasem.com](http://www.lasem.com)



**BELLSOLA, S.A.**

Ctra. Girona a Santa Coloma Farnés,  
km. 5,6  
17181 AIGUAVIVA (Gerona)  
Tel: 972 24 13 11 Fax: 972 24 14 12  
Oficinas a Barcelona:  
C/Príncipe de Asturias, 64  
08014 BARCELONA Tel: 93 367 17 00  
[www.bellsola.com](http://www.bellsola.com)



**BERLYS CORPORACIÓN ALIMENTARIA S.A.U.**

Francisco Gervás, 1. Pol. Ind.  
Alcobendas  
28108 ALCOBENDAS (MADRID)  
Tel: 91 661 99 37 Fax: 91 661 64 55  
[www.berlys.es](http://www.berlys.es)



**COBOPA, S.A.**

Ctra. de la Albufera, s/n  
46820 ANNA (Valencia)  
Tel: 96 221 04 00 Fax: 96 292 20 24  
[www.cobopa.com](http://www.cobopa.com)



**CSM IBÉRIA**

C/ Sanmontá, 21  
08970 SANT JOAN DESPI - Barcelona )  
Tel. 93 477 51 20 - Fax: 93 373 01 51  
[www.csmglobal.com](http://www.csmglobal.com)



**DELICIAS CORUÑA, S.L.**

C/Parroquia de Lubre, C-13ª  
15165 BERGONDO - A Coruña  
Tf. 981 784 925 - Fax: 981 784 831

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



**DIGEM XXI, S.L.**

C/ Isalas Canarias, 7 – Pol. Industrial  
Fuente del Jarro (2ª fase)  
Paterna (Valencia)  
Tel. 96 1324642  
Fax. 96 1321218

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



**DULCESOL**

Av/ Alacant 134, 46701, GANDÍA,  
Valencia  
Tf. +34 961 021 000  
Fax: +34 961 021 001



**EUROPASTRY, S.A.**

Plaça Xavier Cugat, 2 - Ed. C, Pl. 4  
08190 - SANT CUGAT DEL VALLÉS  
Tel: 93 504 17 00 - Fax: 93 504 17 16  
[www.europastry.com](http://www.europastry.com)



**FAPANY'S**

Avda. Santa Clara de Cuba, 4  
41007 - SEVILLA  
Tel.: 95 451 49 22 - Fax: 95 451 78 17  
[www.polvillo.com](http://www.polvillo.com)



**FRESH START BAKERIES ESPAÑA S.L.U.**

Ctra Alcalá-Daganzo Km 2,7  
28814 Daganzo (Madrid)  
Tel: 91 884 12 50 - Fax: 91 884 57 74



**FORVASA FORNS VALENCIANS, S.A.**  
Pol. Ind. Campo Aníbal, s/n  
46530 PUÇOL (Valencia).  
Tel: 963.88.33.33 - Fax: 963.88.33.07

*Forvasa*

**GRUPO SIRO.**  
C/ C/Tren Rápido s/n, Polígono Industrial  
Venta de Baños  
34200 Venta de Baños (Palencia)  
Tel. 97 9168200  
[www.gruposiro.com](http://www.gruposiro.com)

**GRUPO SIRO**

**HIJOS DE JOSÉ MONTES  
S.L.(MONTESPAN)**  
Avenida Fuente Nueva, 10  
28703 San Sebastián de los Reyes  
(Madrid)  
Tel: 91 653 65 73 - Fax: 91 663 89 66



**HORNO LA PARRA**  
C/ Jacinto, nº 51 (Pol. Navisur)  
Valencina Concepción (Sevilla)  
Tel: 955 99 81 44 - Fax: 955 99 83 96  
[www.hornolaparra.com](http://www.hornolaparra.com)



**IND. PANADEROS AGRUPADOS, S.A.**  
C/ Pasteur, 9 - P.I. La Grela-Bens  
15008 LA CORUÑA  
Tel: 981 25 41 00 - Fax: 981 25 84 19  
[www.sanbrandan.com](http://www.sanbrandan.com)

*San Brandán*

**INGAPAN, S.L.**  
Pol. del Ceao. c/ Agricultura, 52-53  
27003 LUGO  
Tel: 982 20 70 04 Fax: 982 20 70 06  
[www.ingapan.com](http://www.ingapan.com)

**GRUPO  
INGAPAN**

**INDUSTRIA PANIFICADORA JOSÉ  
SÁNCHEZ PEÑATE S.L. (JSP)**  
Polígono Industrial de Güimar,  
Manzana 9, Parcela 5. Candelaria  
(Santa Cruz de Tenerife)  
Tel: 922 50 50 40 - Fax: 922 50 50 58  
[www.jsp.es](http://www.jsp.es)

**JSP**  
PASTELERÍA ♦ PANADERÍA

**LANTMANNEN UNIBAKE, S.L.**

C/Casanova, 270 4º-2ª

08021 BARCELONA

Tel: 93 205 05 08 - Fax: 93 205 50 26

[www.unibake.es](http://www.unibake.es)**PANAMAR**

Pol. Ind. Mediterráneo, c/ la Noria, 3

46550 ALBUIXECH (Valencia)

Tel: 96 140 12 18 Fax: 96 140 12 73

[www.panamar.es](http://www.panamar.es)**PANUSA. PANADERIAS NUEVAS DE SANTANDER, S.L.**

Rio Pisueña, s/n - Pol.Ind. Candina

39011 SANTANDER (Cantabria)

Tel. 942 33 93 40 Fax: 942 33 32 98

[www.panusa.es](http://www.panusa.es)**PANALCOR S.L.**

C/ Relámpago, 12

28918 LEGANES (Madrid)

Tel: 91 612 41 87 Fax: 91 911 07 17

[www.pannatural.es](http://www.pannatural.es)**PANAVI (GRUPO PANAVI) - OHAYO**

Pol. Ind. Moià Parcela, 4-5 c/B

08180 MOIA (Barcelona)

Tel. 93 820 81 99 Fax: 93 820 84 21

**PASTISART, S.A.**

Mura, 27

08227 TERRASSA (Barcelona)

Tel: 93 731 41 49 Fax: 93 786 32 37

[www.pastisart.es](http://www.pastisart.es)**PREELABORADOS ALIMENTARIOS, S.L.**

BOYPAS, S.L.

Pol. Ind. Las Salinetas Avda. la Libertad

03160 PETREL (Valencia)

Tel: 96 537 70 17 Fax: 96 537 23 53



**PANIFICADORA ALCALÁ S.L.**

C/ Chile, nº1 - Polígono Industrial  
Azque  
28806 Alcalá de Henares (Madrid)  
Tel. 91 888 06 76 Fax: 91 888 34 12



**PANFLOR**

C/ San Cesáreo, nº 26  
28021 - Madrid  
Tel. 91 797 04 15 Fax: 91 796 21 62  
[www.panflor.es](http://www.panflor.es)



**SOCIEDAD DE ULTRACONGELADOS  
DELIFRANCE IBERICA, S.A.**

C. Provença, 226, pral. 3a  
08036 BARCELONA  
Telf. 93 323 95 50 - Fax 93 552 89 07  
[www.delifrance.com](http://www.delifrance.com)



**UNIÓN PANADERA DE SAN ANDRÉS**

Avda. Constitución, 163-165  
Trobajo del Camino  
SAN ANDRES DEL RABANEDO (LEON)  
Tel. 98 780 08 74 Fax. 98 780 80 20

**VANDEMOORTELE IBÉRICA, S.A.**

Frederic Mompou, 5, 1º 4ª  
08960 SANT JUST DESVERN (Barcelona)  
Tel. 93 499 98 00 Fax. 93 499 98 11  
[www.vandemoortele.com](http://www.vandemoortele.com)





**SECRETARÍA**

Asociación Española de la industria de  
panadería, pastelería y bollería  
(ASEMAC)  
C/ Diego de León, 54  
28006 Madrid (España)  
Tfno.: (+34) 91 563 58 60  
Fax: (+34) 91 561 59 92  
e-mail: [asemac@asemac.es](mailto:asemac@asemac.es)



**COMUNICACIÓN**

Agrifood Sector Communication, S.L  
C/ Embajadores 181 (B) - Local 12  
28045 Madrid - España  
Tel.+34 91 222 80 07  
Fax.+34 91 506 13 71  
e-mail: [comunicacion@asemac.es](mailto:comunicacion@asemac.es)