

ALIMENTACIÓN AVICULTURA

Alza de precio del pollo para asar con consumo asegurado

Las granjas españolas producen 2,4 millones de pollos semanales para asar || La campaña de verano es un momento clave

AGENCIAS

[MADRID] La campaña de verano es la más importante dentro de España para el pollo asado, especialmente en zonas de costa del Mediterráneo, y este 2025 lo está afrontando con ligeras alzas en el precio y un nivel de consumo asegurado, según fuentes del sector. Su consumo sube entre un 10 y un 15% en los tres meses de verano y hasta un 35% en zonas turísticas y costeras y se prevé una campaña de demanda similar a las de años previos, aunque su precio haya repuntado. El empresario dedicado a la compra y elaboración de pollo asado está pagando a cerca de cuatro euros la canal de un pollo para asador (1,35 kilos de media) mientras que el precio de venta al público puede llegar a los 11-12 euros/unidad, aunque puede fluctuar algo hacia arriba o hacia abajo dependiendo del canal de venta, según fuentes del sector. En España actualmente se producen 2,4 millones de pollos semanales para asar. Además, existen entre 9.000 y 10.000 asadores activos todo el año, con un pico de hasta 12.000 en verano.

El secretario general de la Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola (Avianza), Jordi Montfort, ha indicado que la campaña de verano es “uno de los momentos



España produce 2,4 millones de pollos para asar semanales.

PRECIO

El empresario dedicado al pollo asado paga del orden de 4 euros la canal en estos momentos

clave” del año para el consumo de pollo asado.

Montfort ha destacado además que el pollo asador español destaca por su “calidad, frescura, sabor y procede de granjas certificadas, donde se aplican estrictos protocolos de bienestar animal, trazabilidad y control alimentario”.

En supermercados, asadores y establecimientos de restauración rápida, el pollo asado “se consolida como uno de los productos estrella de la temporada, gracias a su conveniencia, su sabor y su adaptabilidad a las necesidades de los consumidores”. Grill & Chicken es una empresa especializada casi exclusivamente en pollo para asar con negocio tanto dentro como fuera de España. Explica que en verano sus ventas a destinos europeos baja sobre el 25% pero, en cambio, la demanda en España sube más o menos en ese mismo porcentaje.

EMPRESAS

La cooperativa Sant Salvador de Alfés agrupa a unos 180 socios

[LLEIDA] El subdelegado del Gobierno en Lleida, José Crespín, ha visitado esta semana la Cooperativa del Camp Sant Salvador d'Alfés, que gestiona la producción y comercialización de cereales y aceite de oliva virgen extra de los 180 socios de la entidad. El 90% de la producción de la cooperativa son los cereales, mayoritariamente cebada y trigo, con una producción media anual que se sitúa entre los 5 y 6 millones de kilos que se destina a consumo animal, así como empresas de fabricación de piensos. La otra rama productiva de la cooperativa es el aceite de oliva virgen extra, dentro de la DOP Garrigues, cuya producción anual oscila entre los 60.000 y 70.000 kilos.

ANÁLISIS

VidaCaixa, Mapfre y Mutua lideran el ranking de aseguradoras

[MADRID] VidaCaixa, Mapfre y el Grupo Mutua fueron los grupos aseguradores que mayor volumen de primas de seguro directo registraron en el primer semestre del año, según se desprende de los datos de la consultora ICEA a los que ha tenido acceso Europa Press.

Entre enero y junio, VidaCaixa logró casi 5.500 millones de euros en primas por seguro directo, cayendo un 11% respecto al mismo periodo del año pasado. En segunda posición se sitúa el grupo Mapfre (Mapfre España, Mapfre Vida, Bankinter Vida, Verti, Santander Mapfre y Bankinter Seguros Generales), con 5.343 millones de euros y un crecimiento del 16,11%.

AGRICULTURA

Ayudas de más de 3 millones para agricultura de precisión

[LLEIDA] El departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación ha aprobado ayudas a 29 explotaciones agrarias catalanas para hacer inversiones en maquinaria y equipos para la agricultura de precisión y tecnologías 4.0. El importe total de ayuda otorgada sube a 3.232.998,24 euros, cifra que representa un volumen de inversión de 7,94 millones de euros.

La conselleria que dirige Oscar Ordeig avanza este último grupo de expedientes, con el cual hasta el momento se han aprobado ayudas para 261 explotaciones, por un importe total de 28.876.395,90 euros, lo que representa un volumen de inversión de 65,79 millones de euros.

LIDERAZGO

SARA SAMPEDRO ESCUER*



Competencias para el cambio

COMO DEFINIÓ Goleman, las competencias emocionales se dividen en dos ramas: las personales y las interpersonales.

Las personales son las que construyen al líder, las que forman sus cimientos, las que le dan aplomo e integridad derivados de un gran autoconocimiento y autogestión emocional, con dosis de iniciativa y de orientación a resultados que alimentan su capacidad de aprendizaje continuo, entre otras competencias.

Las interpersonales son las que sirven para la relación con otras personas, las que determinan la capacidad de comunicación, empatía y gestión relacional del líder. Su capacidad de conocer los intereses de colaboradores y clientes y de conectar con estos.

En el modelo PICE de liderazgo organizacional, denominado así por las iniciales de los 4 factores que lo conforman, Personal, Interpersonal, Cognitivo y Ético, se contemplan 24 competencias emocionales (hasta 23 ha llegado a enunciar Goleman), siendo 10 para el desarrollo Personal y 14 para el Interpersonal.

Pero a simple vista parece evidente que es difícil que un directivo domine todas ellas. Resulta interesante saber cuáles son las más importantes, sobre todo para la empresa en la que uno trabaja. Porque si cada sector es distinto de otro, con tamaños, variables competitivas diferentes, y palancas de negocio distintas, parece razonable pensar que las competencias emocionales que una empresa requiere de sus directivos también serán distintas.

Hay investigaciones que prueban que cuanto más grande es la empresa, mayor peso tienen determinadas competencias sociales: pensemos en una multinacional, donde están mucho más procedimentados los procesos, y las relaciones jerárquicas y funcionales siguen un protocolo muy específico. Aquí las competencias sociales de catalizador del cambio, conciencia de la organización y establecer vínculos serán más importantes que en una PYME donde las relaciones informales son más fáciles.

Otro factor que hace variar

la priorización de las competencias emocionales que una empresa exige de sus directivos es el entorno económico. En tiempos de bonanza, normalmente las empresas exigen directivos con fuertes competencias emocionales como logro, iniciativa, y creatividad, ya que el acento de la empresa está en la expansión y en la obtención de resultados; probablemente las competencias sociales más valoradas podrían ser las de servicio, liderazgo inspirado o empatía.

José Belzunce en su trabajo de investigación a empresas del IBEX35 para determinar las competencias fundamentales en sus directivos en tiempos difíciles obtuvo que las más valoradas en tiempos de crisis son: la flexibilidad y adaptabilidad, la iniciativa, creatividad, proactividad, el optimismo y la actitud positiva.

Esta competencia emocional está muy relacionada con la capacidad de plantearse los problemas desde múltiples perspectivas, de no creerse en la posesión de la verdad en

Cuanto más grande es la empresa, mayor peso tienen determinadas competencias sociales

todo momento, y de escuchar y considerar las opiniones de los demás. La excesiva especialización funcional parece dificultar el desarrollo de esta competencia, mientras que los directivos que han pasado por varios puestos y tienen una experiencia más transversal tienen mayor facilidad para la adaptación a nuevas circunstancias y retos.

Pues según Michael J. Kami “la adaptación al cambio requiere de un estilo gerencial diferente: rápido, fluido, flexible, con rechazo de las políticas rígidas, de las reglas absolutas, de los manuales de prácticas estándar, y la aceptación de las nuevas condiciones, nuevas costumbres, del nuevo comportamiento, sin sufrir un trauma emocional”.

(*) CONSULTORA EN LIDERAZGO DIRECTIVO Y DESARROLLO DEL TALENTO / CEO DE TALENSIA HR & INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL

