

# Campofrío impulsa su división de foodservice

Ahora, pone el acento en la cocina de ensamblaje

Herminia Martínez



Alberto Ferreira, director comercial de Campofrío Soluciones Hostelería

La líder cárnica europea, Campofrío Food Group, se ha marcado el objetivo de encabezar en España el mercado de platos para horeca, valiéndose del reclamo y crédito de la marca 'Campofrío'. De momento, en 2010, los ingresos de ese área en nuestro país, 'Soluciones Hostelería', **augmentaron un 20%, al reportar 40 M€**. El nuevo año arranca con un comedido presupuesto de aumento del 8%, impulso que puede acentuarse dada la marcha y el relanzamiento de última línea incorporada, la cocina de ensamblaje, en palabras de Alberto Ferreira, director comercial de la división.

Campofrío ha aprovechado la convocatoria gastronómica Madrid Fusion para efectuar una demostración de cocina con esa línea de cocina de ensamblaje, de la mano del chef 'Paco Roncero', que declaraba: "esta cocina, aunque apta sólo para determinados lugares, es el futuro. No viene a ahorrar en cocineros, sino que sirve para que los que estén puedan dedicar su tiempo a acabar el plato, dándole su toque y a presentarlo adecuadamente". De hecho, la cocina de ensamblaje consiste en el abastecimiento a las cocinas de los productos pre-cocinados (carnes, sofritos, guarniciones, salsas, etc.), para ayudar en los primeros pasos al cocinero. Así, éste puede seleccionar un abanico de componentes, combinarlos y añadir su propia creatividad.

Según Ferreira, ese tipo de soluciones **favorecen la eficacia y optimización de las cocinas, reducen las mermas y sobras** y el espacio de almacenaje y aseguran, hasta el final, la **trazabilidad** del producto, asegurada, en nuestro caso, por el control de la marca 'Campofrío'. Además, pueden resolver el problema de falta de personal en las cocinas, que en ocasiones sufren, por ejemplo, los hoteles urbanos durante los fines de semana. En definitiva, responden a un nuevo concepto de chef, no sólo ejecutor en la cocina, sino

también gestor". La cocina de ensamblaje de Campofrío está logrando su mejor aceptación en colectividades y, además, se abre espacio en hoteles, en estos establecimientos con destino también a buffet.

Triunfan el 'Turmix' y los loncheados

Campofrío pretende así otorgar a esa gama un importante espacio en la división foodservice, hoy casi copada por la línea de platos triturados para seniors, 'Turmix', y los cárnicos. La venta en horeca de esa gama cárnica está encabezada por los loncheados, demandados sobre todo en hoteles y restauración, e incluye también toda la gama de charcutería de la compañía y carnes de porcino, pollo, pavo y ternera, especie ésta que, con destino a dicha división de foodservice, Campofrío ha comenzado a manipular en sus instalaciones de Burgos.

Además, el catálogo 'Soluciones Hostelería' de Campofrío consta de pizzas - fabricadas por el grupo en Óvega (Soria)- y platos terminados. Estos últimos, así como los artículos de ensamblaje, se los produce la barcelonea Rocha Catering, compañía con la que Campofrío estableció una alianza estratégica a mediados de 2009.

[herminia.martinez@alimarket.es](mailto:herminia.martinez@alimarket.es)