



Nuevo distribuidor de TETRA en España



La raza TETRA es originaria de Bábolna, Hungría. Bábolna es una pequeña ciudad de cerca de 4.000 habitantes, situada al oeste de Budapest y a pocos kilómetros de la frontera con Eslovaquia. En sus inicios, en 1789, el general JÓZSEF CSEKONICS creó una empresa de cría caballar para abastecer al ejército y casi 200 años después, en 1960 empezaron a desarrollar la rama avícola. Es en esta década cuando registraron oficialmente la marca TETRA y dieron comienzo al programa de cría de ponedoras. En los 70's aparecen los primeros híbridos y descubren el sexaje por el color del plumaje. Ya en los años 80 lograron erradicar el virus de la leucosis y empezaron una intensa expansión que les llevó a más de 60 países. La importancia y el prestigio de esta compañía han hecho que tuviera ilustres visitantes, entre otros Roosevelt en 1910 y Juan Carlos I con Doña Sofía en los 90.

La estructura del grupo se divide en tres grandes empresas, Tetra que se dedica a la genética, la I + D, cría de ponedoras y producción de huevos para incubar, Bábolna Broiler -pollitos de un día- International Chick Trans para la logística y el transporte.

El desarrollo de las mejoras genéticas en ponedoras les han llevado de 260 huevos en 74 semanas de los

años 70 a 357 huevos en las 80 semanas de nuestros días. Su reto es llegar a puestas de 400 huevos.

Las distintas estirpes de Tetra se dividen en las ponedoras Harco, Blanca, Amber, Tint y Sperber, los broilers de crecimiento medio, Tetra HB color, y las razas doble utilidad, Tetra H y Super Harco.

Dentro de las ponedoras destaca la TETRA SLL, de color pardo, huevos marrón oscuro, bajo consumo de alimentos y una puesta aproximada de 305 huevos a las 72 semanas, que sumado a la capacidad de adaptación, tanto a jaula como exterior, le dan una viabilidad sobresaliente.

Como broiler podemos destacar, tanto la TETRA 308, que es capaz de alcanzar pesos record en 45 días, como el TETRA HB, de tamaño medio pero de carne muy sabrosa, ideal para asadores.

Para pollos ecológicos, que ganan mercado día a día, sobre todo al norte de la península, disponen de la variedad TETRA H y la Super Harco, especialmente resistentes en exteriores, usando los machos para carne y las hembras para puesta.

Esta distribución la llevan a cabo desde la empresa BIRDCAN 18, S.L. y la persona de contacto, con gran experiencia en el sector es el Sr. JOSÉ CASTELLÓ ARELLANO. Sus teléfonos de contacto son 691 605 229 y 635 224 207. •





Vaxxitek® HVT+IBD alcanza los 28.500 millones de dosis vendidas



Desde su lanzamiento en Brasil a finales de 2006, año en el que obtuvo además el premio de Animal Pharm al mejor nuevo producto de animales de producción, Vaxxitek® HVT+IBD está actualmente presente en 66 países de todo el mundo. En 2013, se ha activado la venta en mercados como Taiwan, Singapur, Túnez, Honduras, Costa Rica, República Checa, Bulgaria, Etiopía o Argelia, lo que ha supuesto un incremento considerable de las cifras globales. Esta expansión ha supuesto que, a nivel histórico, el número total de dosis de Vaxxitek® HVT+IBD vendidas a nivel mundial alcance los 28.500.000.000 millones. Globalmente en el tercer trimestre de 2013 se observa un incremento del 24% respecto al mismo período del año anterior. En España, la tendencia es superior a las cifras globales, con un crecimiento del 39% en el tercer trimestre

Eficacia y seguridad

Vaxxitek® HVT+IBD es la primera vacuna vectorial aviar desarrollada específicamente para ser administrada en la incubadora -*in ovo* o al día de edad-. No contiene virus de IBD vivo en su estructura, por lo que no produce lesiones en la bolsa de Fabricio. Además, confiere una protección completa durante toda la vida del ave, frente a la enfermedad de Marek y frente a todas las cepas conocidas del virus de la enfermedad de Gumboro -IBD-.

Acerca de Merial

Enfocada en la innovación, Merial es una empresa líder en salud animal, que provee una amplia gama de productos para mejorar la salud, el bienestar y el rendimiento de los animales. A nivel global, Merial cuenta con unos 6.000 empleados y está presente en más de 150 países en todo el mundo. Sus ventas superaron en el año 2012 los 2200 millones de US\$. A nivel local, Merial Laboratorios, SA distribuye y comercializa sus productos para la salud animal. Su plantilla es de 60 empleados y facturó en el año 2012 más de 38 millones de Euros. Merial es una compañía Sanofi.

Para más información, consultar las webs: www.merial.com y <http://merial.es>

Calier renueva su imagen corporativa con un nuevo logotipo

Laboratorios Calier, la empresa del Grupo Indukern dedicada a la salud animal, ha renovado su logotipo. Este cambio supone el segundo paso en la renovación de la imagen global de la compañía que se inició hace unos meses cuando se actualizó el branding de los productos de animales de producción. Según Francisco Díaz-Varela, director general de Calier: "Con este cambio de imagen global queremos dar un paso más y adaptarnos a esta nueva época donde la imagen es fundamental para cualquier compañía. Queremos seguir a la vanguardia en la calidad de nuestros productos pero también queremos que nuestros clientes encuentren en Calier a una compañía con una imagen puntera, de diseño y acorde con los nuevos tiempos".

El nuevo logotipo de Calier, que prescinde de la palabra "laboratorios", ha apostado por el contraste de colores contemporáneos, en tonos azules, en un



logo abierto y expansivo donde destaca la letra C inicial del nombre de la compañía. A ella le acompaña, a la derecha, el nombre completo del laboratorio que ha querido mantenerse en el mismo tono azul marino que ha acompañado todo el branding de Calier desde su fundación en 1968. Este nuevo logo viene reforzado por el tagline "Comprometidos con el bienestar animal" que pretende dejar patentes los esfuerzos del laboratorio en todos sus productos y servicios que garantizan la salud y el cuidado animal.

El cambio de imagen es global y se implementará de forma paulatina en todos los países donde Calier tiene filiales y presencia comercial para facilitar el reconocimiento de la marca en todos los mercados en los que opera. Un nuevo diseño que quiere adaptarse a los nuevos tiempos sin perder el espíritu de la compañía: el de desarrollar productos eficaces para mejorar la salud y el bienestar animal. •