El 85 % de los niños con inmunoterapia oral supera la alergia al huevo

El 85 % de los niños sometidos a inmunoterapia oral con huevo logra superar su alergia a este alimento, según un estudio presentado el pasado 8 de mayo en el Congreso de la Sociedad Española de Inmunología Clínica, Alergología y Asma Pediátrica –SEICAP.

Aunque la mitad de los niños alérgicos a este alimento se vuelven tolerantes antes de los 5 años, otros muchos continúan sensibilizados y el desarrollo de tolerancia a partir de entonces es menos probable. La inmunoterapia oral específica consiste en la administración de cantidades crecientes del alimento hasta alcanzar el equivalente a una ración, "todo bajo la supervisión de un pediatra alergólogo", ha asegurado la doctora Ana Mª Plaza, presidente de SEICAP.

Esta especialista del Servicio de Alergología del Hospital Infantil La Paz ha liderado un ensayo clínico de inmunoterapia oral con huevo para analizar la eficacia y seguridad de este tratamiento. Se trata de un estudio en el que han colaborado diferentes hospitales de toda España en el que han participado 101 menores de entre 6 y 9 años, diagnosticados de alergia persistente al huevo.

El 85 % de los que siguieron el tratamiento de inmunoterapia oral alcanzaron tolerancia para huevo. Además, esa tolerancia persistía en todos los que siguieron consumiendo huevo según una dieta normal, 6 meses después de interrumpir el tratamiento. Uno de cada cinco niños con alergia al huevo mantendrá su alergia en el futuro y sus reacciones serán "más severas", según un documento de consenso sobre alergia al huevo elaborado por SEICAP. Además, "la cifra de niños que no la superan ha aumentado en los últimos años, siendo la única opción para conseguirlo, la terapia de Inducción Oral a la Tolerancia".

El huevo es el alimento que más a menudo causa la alergia en los niños españoles, con una incidencia de 2,5 % en los primeros 2 años de vida. En el 76 % de los casos aparece antes de los 5 años, en el 12 % entre los 5 y los 10, y en otro 12 % entre los 10 y los 15, según datos de este informe.

El tratamiento actual y habitual para un niño con alergia alimentaria es la dieta de exclusión o evitación del alimento en cuestión. Sin embargo, advierte el doctor Antonio Martorell, de la Unidad de Alergología del Hospital General Universitario de Valencia, "no resulta fácil llevarla a la practica con alimentos como el huevo y la leche de vaca que están presentes en gran cantidad de alimentos elaborados, además de la dificultad añadida por la presencia de trazas en muchos productos alimenticios industriales".

Así, las restricciones alimentarias impuestas por la dieta, junto a las reacciones adversas potencialmente graves debidas a la ingestión inadvertida, "producen una alteración significativa de la calidad de vida del menor y su familia, lo que ha impulsado la búsqueda de alternativas como la inmunoterapia oral", señala.

La inmunoterapia oral con alimentos ha demostrado su eficacia y seguridad en la instauración de tolerancia de los mismos, sobre todo de leche y huevo, "así, los niños pueden mejorar su dieta, y consumir libremente el alimento o al menos una cantidad suficiente para prevenir una reacción frente a pequeñas tomas accidentales", concluye este doctor. EFEAGRO

ZOTAL, 28 VECES MÁS EFICAZ DE LO QUE PENSABAS.

En Zotal Laboratorios contamos con 7 gamas
y 28 productos para que logres tus objetivos siempre.
Descúbrelos en nuestra web.

www.zotal.com

DESINFECTANTES · INSECTICIDAS · DETERGENTES / HIGIENIZANTES · RODENTICIDAS · FARMACOLÓGICOS

ZOTAL · Fumagri · LETAL · ZEPO · ZOTALIN · ZOOVECA
SANITAS · ARPON · PREVIO · ZYNKAT · ARPON · PARASITAL

ZOTAL
LABORATORIOS

Zotal Laboratorios
Ctra. Nacional 630, km. 809
41900 CAMAS (Sevilla) ESPAÑA

La eficacia que necesitas.

La granja de los pollos "solares"

Según informa de revista "Energías Renovables" en su número de abril, una granja de pollos en Aceuchal –Badajoz- tuvo que elegir entre asumir los costes de llevar suministro de red eléctrica a su granja - esto es, tendido eléctrico, centro de transformación, derechos de acometida y extensión, depósito de garantías y un largo etcétera- o ser autosuficiente. Y eligió este último: estar aislado de la red con un sistema fotovoltaico híbrido solar más gas. (*)

Se trata de la primera instalación autónoma de este tipo en la región y todo un referente para su sector y para otros que buscan alternativas energéticas viables, tanto técnica como económicamente.

(*) Ver el amplio reportaje publicado en el número de agosto del 2013 sobre el interés de la electricidad fotovoltaica, en base a los ejemplos concretos de dos granjas de Lleida.

Es cierto que la inversión inicial puede ser algo mayor, pero el periodo de retorno de la inversión es realmente corto y fue lo que motivó su decisión. La solución consta de un sistema híbrido de generación que prioriza la generación renovable, y que cuenta con un grupo electrógeno a gas como apoyo en casos de alta demanda.

La instalación solar está sobre la cubierta de la nave y tiene una potencia de 15 kWp, con paneles de Sharp Microamorfo, inversores SMA Sunny Island 5000A y SMA Sunny Island 8.0H, control remoto Sunny Remote Control, acumuladores Hawker Ecosafe TZS-12 y un grupo Electrógeno a gas 50 KVA con motor Power Solution International.

El proyecto ha sido ejecutado por el departamento de Alternativas Energéticas de Hispasol Renovables, una compañía con amplia experiencia en la ejecución de grandes parques fotovoltaicos por toda Europa y especializada en sistemas de generación con renovables. La distribución ha corrido a cargo de Suministros Orduña, especialista en suministro integral de material FV en España y Portugal.

La compra de la fábrica de piensos de HIBRAMER, en el aire

Según se ha hecho público a fines de abril, la antigua fábrica de piensos de Hibramer -Híbridos Americanos-, de Valladolid, volverá a salir a subasta por haber desistido de su adquisición la empresa Marcopolo Comercio, que la había explotado últimamente en régimen de arrendamiento.

La fábrica se halla en el polígono vallisoletano de San Cristóbal, disponiendo de 24 silos y una capacidad de elaboración de 45 toneladas/hora. En su día formó parte del complejo de puesta que había tenido Hibramer en Aldeamayor, que posteriormente pasó manos del grupo Nueva Rumasa, hasta que esta última entró en concurso de acreedores en el 2011.

Por su parte, después de indicar Marcopolo Comercio que ha dejado de interesarle la explotación de la citada fábrica de piensos por no ajustarse a sus necesidades, ahora está estudiando, entre otras opciones, la posibilidad de construir una nueva fábrica de piensos en las cercanías de la explotación huevera de Aldeamayor.

Pollos Planes extenderá sus restaurantes en franquicias por toda España

Pollos Planes, con 140 tiendas abiertas en la Comunitat Valenciana, se implantará en Madrid con un restaurante propio en el primer semestre de 2015 y extenderá su parrilla al resto de España en régimen de franquicia.

En una entrevista con la Agencia EFE, el director de tiendas de Pollos Planes, Juan Planes, la tercera generación de un negocio familiar que comenzó en los primeros años de posguerra, ha anunciado que entre sus planes próximos también se encuentra abrir dos nuevos restaurantes en Valencia y Castellón antes del verano.

Estos establecimientos -el de Valencia, en la Avenida Cortes Valencianas y el de Castellón, en la Avenida de Valencia- continuarán la expansión iniciada por la empresa en el centro de Valencia con la apertura de un bufete libre de carne de pollo y derivados.

Recientemente ha inaugurado otro local en la Gran Vía Marqués del Turia de Valencia, tras el éxito conseguido en el primer restaurante, que ha superado las expectativas con un registro de 6.000 clientes al mes y "sin poder atender a todos los clientes que llamaban para reservar", ha explicado. En sus restaurantes, La Parrilla de Pollos Planes, ofrece un bufete libre de carne de pollo y productos derivados que el cliente eligen de un mostrador y se cocinan a la brasa en el momento. Se trata, según Juan Planes, de un diseño de negocio sencillo y sin preparación de producto, que sin embargo es un modelo que no ofrece nadie en España, además de un proveedor "que somos nosotros mismos".

La empresa familiar decidió ir más allá del negocio de las tiendas y emprender la apertura de restaurantes dada la experiencia previa de siete años con otra marca, "Don Juan", que cerró su último local el año pasado. Así, abrió en la calle Martínez Cubells en un local propio para "testar si funcionaba el concepto" y se vio que "muchas veces no había sitio" para comensales que pedían mesa.

La próxima iniciativa es abrir un restaurante propio en Madrid en el primer semestre de 2015 y comenzar a expandir la cadena en régimen de franquicias por toda España después de este verano, según ha confirmado el director de tiendas.

Respecto a las tiendas, con 140 en la Comunitat Valenciana y tres en Cataluña, tiene previsto abrir otras tres en esta última comunidad en los próximos tres meses y continuar el camino de la franquicia fuera de su comunidad natal.

El negocio, que hoy en día da empleo a 500 personas, se inició tras la posguerra por parte de un matrimonio de Massamagrell –Valencia-, formado por Luis Planes y su esposa. En esa época, Luis Planes se dedicaba a visitar los pueblos más cercanos de la provincia de Teruel para intercambiar frutas y verduras de la huerta valenciana por aves y huevos, mientras su esposa vendía estos productos en mercadillos en Massamagrell y Meliana. Más tarde crearon dos rutas de reparto por los pueblos de l'Horta Nord y posteriormente a la ciudad de Valencia. A principios de los años setenta abrió, en una planta baja del domicilio de la familia, su primera tienda de venta directa al público. Con la llegada de la tercera generación de la empresa familiar se abren las primeras tiendas en poblaciones cercanas, en Valencia y en Castellón, y un nuevo almacén y una sala de despiece.

Además de pollos frescos, vende productos derivados del pollo o pavo, carne de caballo, embutido, conejo, pato y codornices, entre otros productos. EFEAGRO

Huevos Giralda sucumbe ante los altos costes de producción del huevo

La comercializadora sevillana Huevos Giralda, una de las más conocidas del sector de puesta en la zona de Andalucía, se ha convertido en una víctima más de los altos costes de producción de este producto –entre ellos las grandes inversiones que el sector tuvo que hacer frente con la Directiva europea de bienestar animal o los costes de las materias primas- y, ante la imposibilidad de poder repercutir este tipo de gastos en el precio del huevo, se ha visto abocada a entrar en preconcurso de acreedores.

Huevos Giralda comercializaba sus huevos a través de su marca, un producto que provenía de las granjas de su propiedad –que suponían el 80% de su producción-, mientras que el resto procedían de granjas integradas.

La situación era crítica para todo el Grupo Matines, al que pertenece Huevos Giralda. Matines Ibérica –era la tercera comercializadora de huevos de España– que cesó su actividad hace apenas unas semanas, y en la actualidad está en manos de la francesa Matines S. A. Hasta ahora, Huevos Giralda colocaba en las grandes superficies en torno al 50 % de su producción con su marca propia –tanto Matines como Huevos Giralda- y el otro 50% se vendía como marca blanca, que reconocían había crecido en los últimos años. Recientemente tuvo que dejar de suministrar su producto a Carrefour, uno de sus principales clientes, precisamente por la dificultad de trabajar con márgenes tan escasos.

En una entrevista concedida a SELECCIONES AVÍCOLAS el año pasado, los responsables de Huevos Giralda reconocían "una guerra comercial" que era la que había motivado el crecimiento de la marca blanca, que las grandes superficies colocan en los lineales "a un precio mucho más económico y menos marginada que la marca del proveedor", aunque aún entonces confiaba en que ambas podrían convivir. También comentaban el precio del huevo, y se mostraban partidarios de aumentar su precio de venta al público, ya que "el coste de la cesta de la compra no se vería afectado por unos céntimos".

Los alimentos se encarecen de 3 a 5 veces entre origen y destino, según la COAG

Según el Índice de Precios en Origen y Destino de los Alimentos – IPOD-, elaborado por la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos –COAG-, los precios de los alimentos en origen se multiplicaron el pasado abril por 4,81 al llegar a destino y estar al alcance del consumidor.

Para los productos agrícolas el salto de precio entre origen y destino fue de 5,3 veces, mientras que para los ganaderos fue de 2,94

Entre los productos hortofrutícolas, destacaron el brócoli, con un IPOD de 10,42, el repollo, que se multiplicó por 9,83, el calabacín –9,33-, el ajo –8,87-, la lechuga –8,09– hasta llegar al público.

Los huevos clase M y el aceite de oliva virgen extra fueron los productos con un menor diferencial entre el precio de origen y el de destino, ya que sus cotizaciones iniciales sólo se multiplicaron por 1,77 y 1,79 veces, respectivamente, al llegar a la tienda.

Entre las carnes, la mayor diferencia estuvo en la de ternera, que se multiplicó por 4,11, siguiéndole el cerdo –3,91-, el cordero –3,53-, el conejo –2,92– y el pollo –2,23-. Puede verse, pues que los dos productos básicos avícolas son los mas deflacionarios de todo el conjunto de los alimentos, acercándoseles solo el aceite de oliva y la leche, esta última con un IPOD de 2,10.

Bebedero de niple con recuperador

Comedero para gallos REVOLUTION®

Comedero MODELO C2® PLUS bajo

Controles CHORE-LOGIC®

CHORE-TIME®

MAKER FARMS, S.L.,
Distribuidor independiente para España
Avda. Alba Rosa, 55-57, Pol. Ind. Les Mates
Tel. 972 261 260 - Fax 972 270 661
17800-OLOT (Girona)
E-mail: correo@maker-farms.com
Web: www.maker-farms.com

Silos con células de carga

Comedero GENESIS® para recria

Comedero GENESIS® para reproductoras

CHORE-TIME®
Nuestra experiencia. Su éxito.