

LA FILIAL ESPAÑOLA FACTURA MAS DE 2.000 MILLONES

Caramelos muy ortodoxos

Haribo revoluciona su producción para exportar desde España golosinas Kosher a la comunidad judía.

ANTONIO ORTI

Desde hace dos meses la localidad gerundense de Cornellà de Terri, sede en España de la multinacional Haribo, recibe las visitas periódicas de Asher Chocron, un ilustrado no procedente de Manchester que supervisa que los ositos de gelatina que han hecho famosa a esta empresa alemana se elaboren con los preceptos que establece la comunidad judía.

La presencia de Chocron -cuyo tamaño ya intimida- y el firme propósito de la filial española de abastecer a mercados con una importante presencia judía, caso de Israel, Francia, Estados Unidos y Canadá, han revolucionado de tal manera la manera de producir de Haribo España que su director general, Fe-

rrán Juncà, reconoce haber estado tentado de "tirar la toalla". En Haribo España, cuya facturación alcanza los 2.000 millones de pesetas, han tenido que superar un auténtico *vía crucis* con tal de implantar los férreos controles que exige un alimento "ritualmente puro" -traducción literal del término *kosher*-.

No es de extrañar, pues, que Juncà recurra al secreto profesional con tal de no desvelar detalles que podrían alertar a la despiadada competencia existente en España -los márgenes de beneficio del sector se sitúan en el 3%-, sobre las modificaciones que han implantado para producir tan preciados caramelos.

Además de que el rabino se tiene que desplazar desde Manchester hasta Cornellà de Terri cada día que hay producción, se sabe que los ingredientes



utilizados no son ni cárnicos ni lácteos, sino que contienen una gelatina procedente de cierta clase de pescado (sólo se admiten peces con aletas y cuyas escamas puedan extraerse de la piel). También, que la maquinaria debe desinfectar

Una boda sin compromisos

INMA MUÑOZ

Organizar una boda suele convertirse en un auténtico infierno para el futuro matrimonio. A las agencias ya existentes, que se encargaban de hacer los preparativos de este evento, se ha unido ahora el Centro Nupcial, una concepción renovada que da un servicio integral. Reúne a empresas de todos los sectores que pueden entrar en juego en esta celebración: sastrerías y tiendas de trajes de novia, agencias de viajes, joyerías, hoteles, restaurantes y salones, firmas de lencería, coches de alquiler de diversos precios y marcas... Todo lo que

los futuros contrayentes puedan necesitar se pone al alcance de ellos, ya sea de forma real (para el caso de joyas, trajes...) o virtual, a través de un programa de ordenador mediante el cual pueden ver el automóvil que desean contratar o imágenes del destino turístico elegido para pasar la luna de miel.

La artífice de esta idea, Toya de la Guardia, define este centro como "un grupo de celestinas del siglo XXI". Esta empresaria, que ha desarrollado su carrera profesional en el campo de las Relaciones Públicas y los Recursos Humanos, decidió importar el papel del *wedding coordinator*, una figura muy fre-

cuente en la cultura británica, que se ocupa de ayudar a los novios en la coordinación de la celebración.

"El día de la boda es un día especial y tiene un gran componente emocional, por eso es importante que todo salga bien. Contar con el asesoramiento de profesionales es la mejor manera de asegurarte un buen resultado". En este local el futuro matrimonio encontrará trato directo y la posibilidad de oler, tocar y ver muchos de los servicios que va a contratar. Y, lo más importante, no les va a costar nada. La rentabilidad se obtiene de las comisiones de las empresas con las que trabajan: 36 firmas y tiendas de todos los sectores (hoteles, imprentas especializadas en las tarjetas, pastelerías con experiencia en hacer y decorar el pastel, agencias que



tarse concienzudamente cada vez que se fabrican estos dulces -lo que obliga a parar las máquinas-, que no están permitidos los circuitos cerrados o que cada cierto tiempo hay que hacer circular agua hirviendo a 105 grados.

Esto hace que el producto final se encarezca un 70%. Pero a partir de ahí todo son ventajas. De momento, Haribo España dispone de seis referencias (entre ellas, las letras del abecedario hebreo) que está exportando a Israel, Fran-

cia y Bélgica, al tiempo que ha empezado a introducir sus productos *kosher* en Estados Unidos, Inglaterra y Suramérica. En la actualidad existen más de 800 empresas que venden alimentos de este tipo en todo el mundo, como Coca-Cola, Nestlé, Danone, Kraft o Nabisco.

Según un curioso estudio de Menachem Lubinsky Integrated Communications, de las ventas de productos *kosher* sólo un 25% va a parar a los 13 millones de judíos que hay en todo el mundo. El resto se lo reparten musulmanes y personas de toda clase y condición que reniegan de las grasas animales, son vegetarianas o prefieren los alimentos puros y frescos. ■

Más información: Haribo España (contacto: Fermín Junca). Carretera de Girona a Banyoles, km 14. Tel.: 972 59 50 00.



organizan despedidas de solteros y otras que ponen música a la ceremonia o el banquete).

Pero como la organización de la boda no es el único problema con el que tropiezan las parejas que quieren casarse, en Centro Nupcial, además de adaptar sus servicios a cada presupuesto, ayudan a conseguir créditos para hacer frente a los gastos y tratan con entidades financieras para gestionar una hipoteca o conseguir una tarjeta de crédito. Por si eso fuera poco, también organizan bautizos, fiestas de aniversarios, cumpleaños y cualquier otro evento. ■

Más información: Centro Nupcial. (Contacto: Toya de la Guardia). C/Orense, 69, edificio Hotel Eurobuilding. 28002 Madrid. Tel.: 91 579 71 55. Internet: www.centronupcial.com.