



**UNPAN
DULCE**
de esperanza

\$ 600.000

Desde el: Centro de Panaderos del Uruguay, en nombre de más de 100 panaderías de todo el país, a la Fundación Pérez Scremini.
Donación por: UY \$ 600.000 equivalentes a 24.000 stickers de la campaña "Un pan dulce de Esperanza"





LOS QUE SABEN ELIGEN

Dulce de Leche

— *#ConCalidadConaprole* —



Elegí la presentación que más te conviene, repostero y heladero en 5 kilos; común en 3 y 5 kilos.

La mejor calidad

comienza desde la materia prima.

Por eso, en ONDIL trabajamos

con un excelente proceso industrial

que nos permite ofrecerle

la mejor grasa del mercado.





Centro de Industriales Panaderos del Uruguay

Fundado el 30 de junio de 1887

Afiliado a la Cámara Nacional de la Alimentación y
Confederación Interamericana de la Industria del Pan (CIPAN)
Miembro de la Unión Internacional de la Panadería (UIB)

Junta Directiva

Presidente: Jorge Fernández
Vicepresidente: Miguel Aulet
Secretario: Fernando D'Antonio
Prosecretario: Jorge Eiras
Tesorero: Edison Varela
Protesorera: Rosario Temez

Vocales:

María Victoria Facal
Jesús Jaime
Federico Tuja

Suplentes: Rodrigo López y Gonzalo Portela

Delegado de Junta Directiva ante UIBC y CIPAN

Alvaro Pena

Comisión de Arbitraje y Penas

Presidente: Héctor Facal
Integrantes:
María Elvira Domínguez,
Alejo Acuña
Javier Pérez
Diego Tuja.

Comisión Fiscal

Presidente: Álvaro Pena
Integrantes: Fernando Jaime y Víctor Mónaco.

Sede del Centro y del Instituto Tecnológico del Pan ITP

Daniel Fernández Crespo 2138
Montevideo - Uruguay - CP 11100
Telefax: 2924 5344
Email: presidencia@cipu.org.uy
www.cipu.org.uy



@centrodepanaderosuruguay



#panaderosuruguay

Contamos con servicios administrativos que lo ayudan con todos los trámites, gestiones y requisitos que su panadería necesita, para que usted pueda dedicarse a su empresa.

También brindamos consultas y asistencia profesional en el área jurídica, contable y de arquitectura, para que el empresario se encuentre asesorado en todos los aspectos de la normativa vigente.

SERVICIOS

Administrativos

Todo tipo de trámites y gestiones ante organismos como el BPS, DGI, IMM, MTSS, etc. con solo abonar la cuota social.

Profesionales

Asesoramiento contable, jurídico y del arquitecto solo por estar afiliado.

Para los socios del departamento de Montevideo representación jurídica en juicios laborales SIN COSTO.

Realización de planos, cuadrículas, etc. de su panadería a costos muy convenientes. Por una cuota adicional el CIPU le puede llevar su contabilidad y liquidación de sueldos, aproveche toda nuestra experiencia en estos rubros.

Central de Compras

Mediante diversos convenios y alianzas con importantes empresas de plaza, hemos logrado para el socio una mejora sustancial en el precio, en gran parte de los insumos de su empresa. Un sistema que lo sostiene y lo apuntala el propio panadero para su preferencia.

Juntos compramos mejor.

Consulte por
productos
y precios al
2924 5344

6

Editorial

28

Distinciones

8

Eventos

30

Eventos

14

Economía

33

Las Recetas de Pedro

16

Convenio con CLARO y
RIOGAS

36

Laboral

18

Jurídica

38

Tecnología

48

El Pan en el Mundo

22

Pan y Salud

40

Los panaderos y la guerra

52

Actualidad

26

Seguridad Social

44

Historias Verdaderas

54

Pan para el Alma



SUMARIO

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026



Órgano oficial del Centro de Industriales
Panaderos del Uruguay

Daniel Fernández Crespo 2138

CP 11800

Telefax: (598) 2924 5344

www.cipu.org.uy

[www.facebook.com/
centrodepanaderosuruguay](https://www.facebook.com/centrodepanaderosuruguay)

Staff

Diseño Gráfico y Armado: Carlos Leal

Colaboradores: Alfredo Rama

Traducciones: María Elena Cruz

Impresión: Imprimex SA Depósito Legal:

N° 308.318/99 Registro del M.E.C. Art.4

de la Ley 16.099 Inscripto en el Tomo

11 Folio 140 Edición amparada Decreto

218/96

Personal de la institución

Gerente: Gustavo Mancebo

Abogados: Dr. Pablo Duran y Luis
Lozano

Contadoras: Virginia Zarauz y Fernanda
Pintos

Funcionarios: Norma Acevedo,
Carlos Leal, Lylían Garce, Ma. Elena
Cruz, Rocío Liberman, María Correa,
Alex Vaz, Marcia Cordini, Federico
Asunción, Pedro Kapacevich, Brian
Ferreira, Sandra Martínez, Pablo Nuñez,
Alexandra Zanguinetti y Zara Céspedes .

*Se autoriza la reproducción total o
parcial de los artículos que se publican,
mencionando la fuente y enviando
un ejemplar al Centro de Industriales
Panaderos del Uruguay. Las opiniones de
los colaboradores no necesariamente son
compartidas por CIPU.*

El oficio de panadero hoy: entre la tradición y la reinvencción

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

6

Hablar del oficio de panadero hoy es hablar de un equilibrio delicado entre lo heredado y lo que está por construirse. Durante generaciones, la panadería fue mucho más que un trabajo: fue un ritual cotidiano, una disciplina silenciosa que comenzaba antes del amanecer y que alimentaba no solo a las familias, sino también a la identidad de nuestros barrios.

Sin embargo, el presente plantea nuevos desafíos. El oficio ya no es el mismo. A las largas jornadas y al esfuerzo físico se suman hoy factores económicos, cambios en los hábitos de consumo y una competencia cada vez más diversa.

El panadero actual no solo amasa y hornea: también gestiona y controla costos, interpreta tendencias y se adapta a un cliente más informado y exigente.

En este contexto, surge una pregunta inevitable: ¿estamos frente al fin de la panadería tradicional o ante su transformación?

Recorriendo el escenario en el que nos encontramos hoy, vemos que lejos de desaparecer, el oficio parece estar reinven-

tándose. La revalorización de técnicas como la fermentación natural, el uso de masa madre y la búsqueda de ingredientes de calidad muestran que hay un regreso a las raíces, pero con una mirada contemporánea. Ya no se trata solo de producir en cantidad, sino de ofrecer identidad, sabor y transparencia.

Al mismo tiempo, el recambio generacional se presenta como uno de los grandes desafíos. No siempre es fácil atraer a los jóvenes a un oficio que exige compromiso, constancia y sacrificio. Pero también es cierto que, para quienes eligen este camino, hay una oportunidad única de combinar tradición con creatividad, oficio con innovación.

Ser panadero hoy implica, más que nunca, adaptarse sin perder la esencia. Significa entender que cada pieza de pan lleva consigo una historia: la de quien la hace y la de quien la consume. En tiempos de cambios acelerados, el pan sigue siendo un punto de encuentro, un símbolo cotidiano que resiste y se transforma.

Quizás ahí radique la verdadera fortaleza del oficio: en su capacidad de evolucionar sin dejar

de ser, en su simpleza profunda, una de las formas más nobles de alimentar a una comunidad.

Hoy, como un muy importante apoyo, el panadero tiene la posibilidad que le brinda el Instituto Tecnológico del Pan del Centro, que le permite acceder a esa capacidad de evolucionar de la que hablamos, con innovación, con nuevas técnicas y con toda la experiencia que es volcada en aras de que las panaderías tradicionales sigan siendo una de las formas más nobles de alimentar a la comunidad, como hace siglos que lo vienen haciendo.

Y no olvidemos que nuestro Instituto Tecnológico del Pan y su Escuela de Panificación, están catalogados como de los mejores en el área latinoamericana e incluso más allá de ella, lo que permite que reconocidos maestros panaderos y reposteros de América y de Europa lleguen a nuestro país para volcar sus experiencias y sus conocimientos, lo que, indudablemente, resulta también en un excelente aporte a la innovación y a la mejora continua del oficio.

Ese es el camino y en ello hay que seguir trabajando.

NUEVA

Cañuelas



HARINA DE FUERZA

ALTO GLUTEN Y W+380 GARANTIZADOS

- Diseñada para su uso al 100%
- Mayor absorción
- Gluten mínimo asegurado
- Cortezas crujientes
- Focaccia
- Ciabatta
- Panes rústicos
- Croissants
- Masas dulces con gran cantidad de manteca



México: Congreso de la CIPAN

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026



Entre el 9 y el 12 de abril, se llevó a cabo en Ciudad de México, el Congreso de la Confederación Iberoamericana de la Industria del Pan (CIPAN), el que bajo la presidencia de Álvaro Pena y organizado por la Cámara Nacional de la Industria Panificadora de México (CANAINPA), contó con una serie de actividades, que lo ubican como un evento de suma relevancia para el fortalecimiento del sector. Ello cobra más fuerza aún si consideramos que el Congreso contó con la participación de colegas de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala,

México, Perú, República Dominicana y Uruguay, siendo sin lugar a dudas el acontecimiento de la Confederación que ha congregado el mayor número de representantes.

La delegación de Uruguay estuvo integrada por el presidente del Centro de Industriales Panaderos del Uruguay (CIPU), Jorge Fernández y la dirigente de la institución, Victoria Facal.

Elección de autoridades de la CIPAN

Cabe destacar que en la oportunidad se renovaron las autoridades de la CIPAN, resaltando que fue reelecto como presidente de

la misma, Álvaro Pena, lo que para nuestro país es también motivo de orgullo, porque se da muestra de la confianza que se deposita en un dirigente que – como tal- surge de las raíces dirigenciales del CIPU. Es así que el Consejo Directivo de la Confederación por el período 2026-2028, ha quedado integrado de la siguiente manera:

- Presidente: Álvaro Pena (Uruguay)
- Vicepresidente de América del Norte y Central: Julián Castellán (México)
- Vicepresidente de América del Sur: Paulo Meneguelli (Brasil)
- Secretario: Rui Manuel Rodrigues Goncalves (Brasil)

- Director Financiero: Gabriel Fernández (Argentina)
- Director de Asuntos Internacionales: Eduardo Jiménez (Ecuador)

Reuniones plenarias

Bajo el lema “Panaderos comprometidos con nuestra sociedad”, los integrantes de las delegaciones presentes dieron cuenta de la situación en cada uno de los países, debatiéndose así sobre temas tales como la informalidad, la escasez de mano de obra especializada y los programas de capacitación, las diferentes modalidades de consumo, los desafíos económicos y sociales y demás.

Álvaro Pena destacó que la CI-PAN ha obtenido un mayor reconocimiento a nivel global, lo que amerita a que se deba trabajar juntos por la valorización profesional, siendo muy importante la comunicación a través de los diferentes medios que hoy se encuentran al alcance, anunciando la puesta en funcionamiento de un nuevo sitio web. Agregó que se inicia un nuevo ciclo, con el compromiso de promover la integración y el fortalecimiento de la panadería y de la pastelería en las Américas.

Se pasó posteriormente a escuchar la exposición de cada una de las delegaciones, promoviéndose un interesante intercambio entre los participantes.

En su alocución, los representantes de nuestro país señalaron que hoy la actividad se encuentra con un consumidor más informado, existiendo un crecimiento de las ventas a través

de las redes sociales con una importante participación de la informalidad, observándose además también un crecimiento en la venta de panes congelados. Más allá de eso se procura mantener la vigencia de lo artesanal y de la panadería de barrio, realizándose diferentes campañas a lo largo del año, así como concursos como el de la Rosca de Pascuas, que permiten difundir el producto. Asimismo se resaltó el trabajo que se realiza a través del Instituto Tecnológico del Pan del CIPU, el que si bien trabaja en la formación y en la capacitación para desempeñarse en todas las áreas que hoy poseen los establecimientos, ofrece charlas sobre normativas de seguridad e higiene, así como se organizan diferentes talleres y se procura la presencia de técnicos extranjeros.

Dentro de lo expuesto por los demás países participantes, se destaca que Chile es el de mayor consumo de pan con una media de 86 kg por habitante por año, con la contrapartida de que existe prácticamente una panadería en cada esquina, lo que ha llevado a transformaciones ya que hoy en los establecimientos se ofrece café, pizzas, delivery y demás.

Significativo resulta también lo de Brasil, el que cuenta con unas 70.000 panaderías, con una visita diaria de clientes de más de cuarenta y siete millones (22% de la población), aunque la media de consumo es de 33,5 kg por habitante por año. Ello lleva a que la panadería sea una fuente importante de trabajo, ya que ocupa a 2.760.000 per-

sonas (directos e indirectos), siendo la mayoría de los establecimientos micro y pequeñas empresas familiares. Hay coincidencia en que el consumidor es más exigente y también en que falta mano de obra calificada, existiendo solo en el estado de San Pablo unas 55.000 vacantes. Aquí, el modelo de negocio es panadería, cafetería, restaurante, pizzería y autoservicio, durante las 24 horas.

Por su parte, el anfitrión, México, puntualizó que se ha trabajado en eventos como la Feria del Pan, con lo que se busca elevar la cultura en relación al producto, así como incrementar su consumo. En cuanto a la mano de obra, se acondicionó el Centro de Capacitación “Antonio Ordoñez Ríos”. A su vez, se ha procurado reafirmar las relaciones con las autoridades y se viene trabajando en la declaratoria del Pan Dulce Mexicano como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

En Colombia, a su vez, existen unas 25.000 panaderías, las que generan unos 400.000 puestos de trabajo directos. El consumo de pan es de 22 kg por persona por año, considerando que más del noventa por ciento de las familias colombianas son consumidoras de pan, siendo una de las compras más recurrentes del mercado.

El representante de España, señaló que los principales problemas del sector artesano son la carencia de sucesión familiar, las dificultades para conseguir trabajadores calificados, la publicidad engañosa que dificulta

la diferenciación y la sensación de que las leyes están hechas para defender los intereses de las grandes empresas.

Reinauguración del Centro de Capacitación "Antonio Ordoñez Ríos"

En el marco de la celebración de su 80° aniversario, la CANAINPA reinauguró el Centro de Capacitación "Antonio Ordoñez Ríos", fundador de dicho Centro de Capacitación. Ordoñez fue el fundador de panadería "La Espiga", siendo quien impulsó en México el sistema de autoserivicio en estos establecimientos. Ordoñez es además el tío de quien fuera presidente de la Unión Internacional de la Panadería y la Pastelería (UIBC), Antonio Arias Ordoñez.

El presidente de CANAINPA, Julián Castañón Fernández destacó que el objetivo es que estos Centros de Capacitación se repliquen en todas las entidades del país, para que los industriales panaderos puedan contar con el personal necesario capacitado para las actividades que se requieran.

Conferencia

Especialmente invitado para la ocasión, el destacado especialista Glenn Alan Gaesser, referente mundial en salud, nutrición y ciencia de los alimentos, disertó sobre el compromiso que se debe asumir con la información de calidad y con el futuro de la panificación y de la pastelería, considerando la CIPAN que es fundamental promover contenidos basados en la ciencia, que contribuyan a esclarecer la incidencia del pan en la nutrición y la salud del consumidor.

Glenn Gaesser es profesor de Fisiología del Ejercicio en la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Estatal de Arizona y miembro del colegio americano de Medicina Deportiva.

Premios y distinciones

La cena de gala que cerró las actividades del Congreso, fue el momento adecuado para la entrega de premios al Mejor Panadero y al Mejor Confitero de las Américas 2025/2026.

Fue así que el uruguayo Gonzalo Arce recibió su premio en reconocimiento a su maestría en técnicas de la panificación, destacándose que Arce es alumno egresado del Instituto Tecnológico de Pan del CIPU.

A su vez, el Chef Patisserie Hallyson Cezar, de Brasil, recibió también su premio como Mejor Confitero de las Américas 2025/2026, siendo ambas las premiaciones más importantes que otorga la Confederación.

Finalmente, CIPAN homenajeó a Antonio Arias Ordoñez, quien ejerció la presidencia de la UIBC, habiendo sido designado Presidente Honorario de la misma, por su destacada trayectoria profesional, su invaluable lide-

razgo y su permanente apoyo al fortalecimiento y desarrollo de la industria panificadora a nivel internacional, señalándose que su compromiso ha contribuido de manera significativa a la unión del gremio y al crecimiento de la actividad.

Mejor Panadero y Mejor Confitero de las Américas 2026/2027



Finalmente, una vez finalizado el Congreso de la CIPAN y tras la pertinente evaluación, fueron elegidos Mejor Panadero y Mejor Confitero de las Américas 2026/2027, recayendo la distinción en:

- **Mejor Panadero de las Américas 2026/2027: Ángel Castañón Rivera, de México.**

- **Mejor Confitero de las Américas 2026/2027: Emerson Freitez, de Venezuela.**

Los galardonados recibirán la pertinente premiación en la próxima edición del Congreso de la CIPAN.



® **SUPERPAN** El mejorador del Panadero Artesanal

PLUS

Mejorador completo para panificación con PANZEA © de Novozymes © Dinamarca, líder mundial en enzimas.
Aumenta la TOLERANCIA durante el amasado y la fermentación y da VOLUMEN a la pieza.

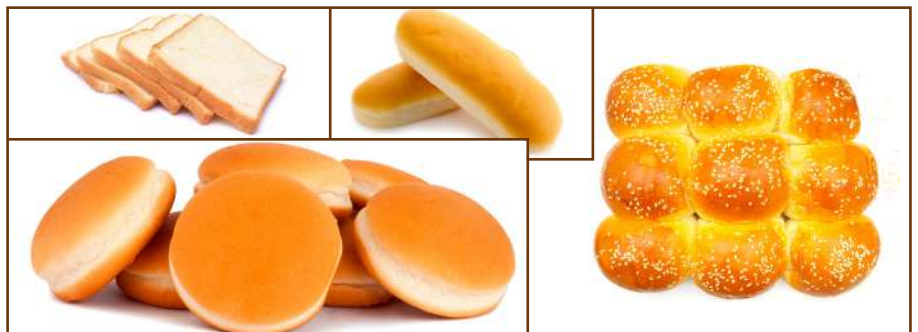
Dosis 150g a 200g por bolsa de 25Kg. – Cajas x 10 kg.



FRESCURA

Tortugas, panes de Viena, pan de molde y bollería en general quedan mucho más TIERNOS, con mejor TEXTURA y mayor VIDA ÚTIL.

Dosis 100g a 150g por bolsa de 25Kg. – Cajas x 5 kg.



EXTRA FRESH

Panes Dulces, Roscas de Pascua y masas dulces con alto porcentaje de azúcar y materia grasa en la receta, logran una FRESCURA DURADERA y una SUAVIDAD muy agradable.

Dosis 500g a 600g por bolsa de 25Kg. – Cajas x 5 kg.



Desayuno de trabajo con empresas allegadas

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026



El pasado 22 de abril en las instalaciones de la institución, se llevó a cabo un Desayuno de Trabajo con las empresas que mantienen un estrecho vínculo con el Centro de Industriales Panaderos del Uruguay, siendo además asiduos colaboradores de la institución.

En la instancia, de la que participaron alrededor de 40 personas y que contó con la presencia de todos los integrantes de la Junta Directiva del Centro, y con el principal objetivo de compartir en detalle todo el trabajo que el CIPU viene desarrollando, entendiendo que la mejor manera de hacerlo visible es a través de un encuentro de estas características, se dio cuenta a los representantes de las empresas colaboradoras las acciones realizadas y los resultados alcanzados.

Durante la actividad se expuso el trabajo que el CIPU viene de-

sarrollando en materia de campañas de comunicación y marketing para el sector panadero, destacando los avances logrados en los últimos años.

Fundación Pérez Scremini cierre de la Campaña 2025

En el marco de la jornada, se realizó además el cierre de la Campaña 2025 junto a la Fundación Pérez Scremini, denominada "Un Pan Dulce de Esperanza". En esta oportunidad, se hizo entrega de un cheque por \$ 600.000, correspondiente a la venta de 24.000 stickers solidarios.



En representación de la Fundación participaron su Directora, Paulina Effinger, y la responsable de Marketing, Sofía Leyes, quienes recibieron el aporte y destacaron el compromiso sostenido del sector panadero con esta causa solidaria.

La instancia resultó propicia para que el gerente de la institución, Gustavo Mancebo, realizara una presentación, en la que se expuso el proceso llevado adelante por las **últimas cuatro Juntas Directivas del CIPU**, como parte de una estrategia sostenida para promover la panadería artesanal y posicionar productos emblemáticos del sector, como la Rosca de Pascua, entre otros.

Posteriormente, el Lic. Daniel Laino, director de la agencia de comunicación Improfit, realizó una presentación sobre el trabajo conjunto desarrollado con el CIPU desde la primera campaña solidaria realizada en 2019 junto a la Fundación Pérez Scremini, destacando la evolución y los resultados alcanzados a lo largo de estos años.

El encuentro permitió compartir experiencias, fortalecer vínculos con las empresas colaboradoras y reafirmar el compromiso del sector con la promoción de la panadería artesanal y el desarrollo de iniciativas con impacto en todo el sector. Se destacó especialmente que, si bien las panaderías asociadas son el vehículo para implementar las acciones, los resultados benefician a todas las empresas por igual, generando un impacto colectivo mucho mayor.



La Confederación de Cámaras Empresariales (CEE) se reunió con el Ministro de Economía, Gabriel Oddone y el Director de la OPP, Rodrigo Arim

La Confederación de Cámaras Empresariales (CCE) llevó adelante un encuentro con el ministro de Economía y Finanzas, Gabriel Oddone, y el director de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), Rodrigo Arim, el pasado martes 24 de marzo, en el marco de una instancia de intercambio con representantes del sector empresarial.



La reunión se desarrolló a partir de una agenda de temas previamente planteada por la CCE, vinculada a la competitividad, la situación macroeconómica y las principales preocupaciones de los distintos sectores productivos.

Durante el encuentro, las autoridades del equipo económico expusieron sobre distintas líneas de trabajo y medidas en curso, con foco en herramientas orientadas a mejorar la competitividad, particularmente en aquellas áreas donde el Ministerio de Economía tiene capacidad de acción directa.

Asimismo, se abordaron aspectos vinculados al contexto internacional, el escenario macroeconómico y los desafíos que enfrentan las empresas en

un entorno global cada vez más exigente.

Tras la instancia de presentación, se generó un espacio de intercambio en el que representantes de las cámaras empresariales realizaron consultas y plantearon inquietudes vinculadas a la realidad de sus sectores.

Al finalizar el encuentro, el presidente de la CCE, Leonardo Loureiro, valoró las medidas orientadas a la competitividad, señalando que “son una señal positiva en el sentido de comenzar a avanzar en un conjunto de acciones”, al tiempo que destacó la importancia de continuar trabajando en otros aspectos estructurales que inciden en la competitividad del país.

Loureiro subrayó además que

Uruguay mantiene un escenario de estabilidad macroeconómica, con una inflación controlada en los últimos años, lo que constituye una base relevante para el desarrollo de la actividad. En ese marco, planteó que los principales desafíos actuales se vinculan con factores de carácter microeconómico y con el costo del Estado, aspectos que continúan siendo foco de preocupación para el sector empresarial.

Desde la Confederación se valoró la instancia de diálogo con el equipo económico, destacando la importancia de estos espacios de intercambio para avanzar en una agenda que contribuya a mejorar la competitividad, promover la inversión y fortalecer el desarrollo productivo del país.

Fuente: www.confederacionuy.com

La DGI vuelve a alertar a los contribuyentes por llamadas engañosas

ALERTA

Personas simulando ser inspectores de la DGI realizan llamadas engañosas en nombre del organismo.

Nuevamente se ha recibido información sobre llamadas y mensajes por WhatsApp en los cuales personas se hacen pasar por inspectores de la DGI y dicen actuar en nombre del organismo, con el objetivo de engañar y estafar a los contribuyentes.

Exhortamos a estos a realizar la denuncia policial correspon-

diente en el caso de haber sido víctima del referido engaño.

Recuerde que en las comunicaciones que la DGI dirige a sus contribuyentes siempre se incluye un procedimiento para que sea posible verificar la autenticidad del mensaje.

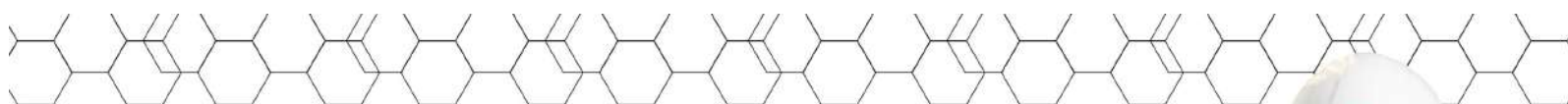
Idéntico proceder se utiliza en fiscalizaciones u otro tipo de

acciones que impliquen una interacción presencial con el contribuyente donde existen procedimientos a fin de verificar la identidad de los funcionarios.

Tenga presente que siempre tiene la posibilidad de verificar la legitimidad de la persona que actúa en representación de la DGI.

Fuente: Dirección General Impositiva (www.gub.uy)

La Industria Panaderil



Controlamos las plagas que pueden ser un riesgo sanitario y económico para su comercio

La ciencia del Control de Plagas.™



- ✓ Certificación para habilitación Intendencias, MSP, Runaev
- ✓ Relevamiento y presupuesto SIN COSTO
- ✓ Sistema de Abonos Mensuales

www.orkin.com.uy
☎ 097 821 830

**DESCUENTOS ESPECIALES
PARA SOCIOS DEL CIPU**

**COBERTURA NACIONAL
0800 0700**

PLANES BENEFICIOSOS PARA SOCIOS DEL CIPU



El CIPU llegó a un importante acuerdo con la empresa CLARO, en donde los asociados pueden acceder a los siguientes packs.

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

PACK 1

5 líneas con



+

500 minutos
Roaming
América
1 SAMNSUG A15



\$600

PACK 2

MODEM

250
GIGAS

Transportable

+

5 líneas con



500 minutos
Roaming
América
1 SAMNSUG A15

\$1.600

APROVECHÁ ESTOS DESCUENTOS

CONVENIO

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

.17

\$200

DE DESCUENTO
EN LA RECARGA
DE 13 KG

\$600

DE DESCUENTO
EN LA RECARGA
DE 45 KG



Convenio con socios del **Centro de Panaderos**.
Pueden acceder al beneficio comunicándose en
Montevideo y área metropolitana a través
del 1710 y en el interior del país mediante
su subdistribuidor oficial RIOGAS.

Descuento válido hasta el 30/4/2026 o hasta agotar stock.

Acoso y violencia laboral

Dr. Pablo Duran

El martes 14 de abril el Dr. Pablo Duran brindó a los asociados una charla sobre Protocolo de Acoso para Panaderías. Considerando que es un tema importante transcribimos parte de lo que el Dr. Durán informó a los participantes. Recordamos que el CIPU brinda a sus socios asesoramiento gratuito en materia laboral, pudiendo realizar las consultas que entiendan pertinente.

INTRODUCCIÓN

El acoso y la violencia laboral son problemáticas cada vez más relevantes en el ámbito laboral, y su regulación es fundamental para proteger los derechos de los trabajadores.

En el marco internacional, el **Convenio Internacional de Trabajo N° 190** proporciona directrices clave para abordar estas situaciones, y en nuestro país, dicha norma se complementa con una serie de leyes internas, tales como la **Ley N° 19.846** sobre igualdad de derechos y no discriminación, la **Ley N° 19.854** que regula las denuncias ante la Inspección General de Trabajo y Seguridad Social (IGTSS) y la **Ley N° 18.561** de acoso sexual.

A pesar de estos avances legislativos, hasta la fecha no existe una ley específica sobre acoso y violencia laboral como si lo hay de acoso sexual.

Sin embargo, desde el año 2022, el parlamento se encuentra es-

tudiando un proyecto de ley que busca abordar esta carencia y establecer un marco normativo adecuado para combatir estas situaciones en los entornos de trabajo

Mientras no se apruebe la ley de acoso y violencia laboral, es de aplicación por remisión la Ley N° 18.561 de acoso sexual



DERECHOS FUNDAMENTALES

- ❖ El acoso y la violencia en el trabajo vulneran derechos fundamentales de la personalidad del trabajador: **Dignidad - intimidad - vida privada - honor - integridad física y psíquica derechos laborales inespecíficos.**
- ❖ Hay una tendencia mundial a tratar la temática de la

violencia en los lugares de trabajo por los efectos que provoca en el ámbito personal y familiar del trabajador y en el de las empresas debido al ausentismo prolongado que el mismo provoca.

- ❖ La protección laboral frente a este tipo de conductas tiende al cese de los actos que vulneran derechos fundamentales y a la reparación del daño causado.

CONVENIO INTERNACIONAL DE TRABAJO N°190

- ❖ El Convenio Internacional de Trabajo N°190 sobre violencia y acoso aprobado en la Conferencia General de la Organización Internacional de Trabajo convocada en Ginebra el día 10 de junio de 2019 ha constituido la primera norma internacional de “tolerancia cero” a la violencia y el acoso en el “mundo laboral”, sea esta física, psicológica, sexual, de género, tanto que se produzca dentro o fuera del lugar de trabajo, por medio de un solo acto, o de varios.
- ❖ Nuestro país fue el primero en ratificar el convenio a través de la Ley N°19.849 del 23 de diciembre de 2019. Esto tiene coherencia en sus antecedentes democráticos, su historia continua de respeto al orden jurídico internacional, al trabajo decente y a los derechos laborales, lo que fue muy especialmente destacado por el director general de la OIT.

Vigencia

El convenio entró en vigencia a los doce meses de que dos países miembros lo ratificaran y depositaran los instrumentos del caso ante OIT: Uruguay ratificó ante OIT el 26/6/20 y FIJI el 25 de junio de 2020.

Por lo cual el convenio entró en vigencia **el 25 de junio de 2021**.

Para la OIT la violencia y el acoso laboral constituyen una de las mayores amenazas para el trabajo decente ... *“ la novedad, es que ha alcanzado niveles de pandemia y constituye uno de los riesgos laborales con mayor prevalencia en varios sectores laborales. Estos riesgos integran la categoría de psicosociales y son entendidos como emergentes, puesto que, si bien la violencia y el acoso son fenómenos conocidos de larga data, es recientemente que se los pasa a considerar un riesgo. Esto responde a nuevas percepciones sociales y a las investigaciones epidemiológicas que han aportado fuertes evidencias confirmando su impacto significativo sobre la salud de los trabajadores expuestos”.*

LOS PAÍSES A PARTIR DEL CONVENIO ESTÁN OBLIGADOS:

Los países ratificantes deben en consulta con las organizaciones sociales representativas de empleadores y trabajadores, regular con un enfoque inclusivo la temática, con la finalidad de eliminar la violencia y acoso en las relaciones de trabajo.

Por lo cual deben:

- A) En consulta con los trabajadores, adoptar una política en el lugar de trabajo relativa a la violencia y acoso;
- B) Proporcionar información y capacitación acerca de los peligros y riesgos del acoso, derechos y responsabilidades.
- C) Las disposiciones del convenio deben aplicarse por medio de la legislación nacional

OBLIGACIONES DE LOS PAÍSES

- a) Prohibir legalmente la violencia y el acoso;

- b) Velar para que las políticas pertinentes aborden la violencia y el acoso;
- c) Adoptar una estrategia integral a fin de aplicar medidas para prevenir y combatir la violencia y el acoso,
- d) Velar porque las víctimas tengan acceso a vías de recursos y reparación y medidas de apoyo;
- e) Prever sanciones;
- f) Desarrollar herramientas, orientaciones, actividades de educación, formación y actividades de sensibilización en forma accesible;
- g) Garantizar que existan medios de inspección e investigación efectivos de los casos de violencia y acoso, a través de la Inspección de Trabajo o de otros organismos especializados.

De lo antedicho surge claramente, que el CIT no individualiza mecanismos de tutela de los derechos objeto de protección sino que los **califica y deja a cada Estado Miembro su regulación discrecional**.

CONCEPTO DE ACUERDO AL CIT N°190

El convenio define en forma conjunta ambos conceptos, en los siguientes términos:

Conjunto de comportamientos y prácticas inaceptables, o de amenazas de tales comportamientos y prácticas, ya sea que se manifiesten una sola vez o de manera repetida, que tengan por objeto, que causen o sean susceptibles de causar, un daño físico, psicológico, sexual o económico, e incluye la violencia y el acoso por razón de género.

Así mismo se define la violencia y el acoso por razón de género de la siguiente manera: La expresión violencia y acoso por razón

de género designa la violencia y el acoso que van dirigidos contra las personas por razón de su sexo o género, o que afectan de manera desproporcionada a personas de un sexo o género determinado, e incluye el acoso sexual.

Sin perjuicio, el Convenio establece que cada país, en su legislación interna, podrá definir cada uno de los conceptos en forma conjunta o separada

Los conceptos de acoso y violencia son muy amplios lo que permite incluir innumerables conductas.

Es importante destacar, que, a diferencia de los criterios jurisprudenciales más usuales a nivel de derecho patrio, un solo hecho puede tener la entidad suficiente para encuadrar en el concepto de acoso.

El CIT dice que los actos que encuadran en el concepto, pueden manifestarse “ *una sola vez* ” o de manera repetida

En otro orden, los actos cometidos, no tienen que causar un daño efectivo, no es necesario que la violencia o el acoso causen un daño, bastando con que sea susceptible de causarlo, basta con la “*amenaza*”.

Basta con la amenaza del comportamiento/s o práctica/s lesiva/s; no es necesario la verificación de la/s misma/s .

Surge claro ello del texto del CIT, no exigiéndose la concreción de un daño al decir la definición que los actos “...” *causen o sean susceptibles de causar daño* “ .

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El Convenio tiene un campo de

aplicación amplio, ya que se protege no sólo a los trabajadores dependientes, sino que también a otros que realicen algún tipo de actividad en el mundo del trabajo, cualquiera sea su situación contractual, las personas en formación, incluido los pasantes y los aprendices, los trabajadores despedidos, los voluntarios, las personas en busca de empleo y los postulantes a un empleo y los individuos que ejerzan la autoridad, las funciones o las responsabilidades de un empleador tanto del sector público como del privado como las que presten su labor formal o informalmente, en zonas urbanas o rurales.

DENTRO DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN SE ESTABLECE:

Se protegerá contra la violencia y el acoso laboral que ocurran durante el horario de trabajo, en relación o en ocasión del trabajo, y/o como resultado del mismo. La protección comprende las situaciones que puedan darse:

- A) en el lugar de trabajo.
- B) En los espacios de pago, descanso, comedores, baños, vestuarios, sino que también
- C) En los desplazamientos, viajes, eventos o actividades sociales o de formación relacionados con el trabajo.
- D) En los alojamientos proporcionados por el empleador
- E) En los trayectos entre el domicilio y el lugar de trabajo
- F) En las comunicaciones que estén relacionadas con el trabajo, incluidas las realizadas por medio de tecnologías.

OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

Las empresas deberán en la medida que sea factible tomar las medidas necesarias y acordes con su grado de control para prevenir la violencia y el acoso

laboral. En este sentido, deberán poseer y aplicar una **política contra la violencia y el acoso**, la que deberá efectuarse en consulta con los trabajadores y sus representantes.

Asimismo, deberán **considerar los riesgos psicosociales asociados a su establecimiento**, lo que incluye la violencia y el acoso, en la gestión de la seguridad y salud en el trabajo, e **identificar los peligros de violencia y acoso presentes**, con participación de los trabajadores y sus representantes, aplicando las medidas para prevenirlos y corregirlos.

Por otra parte, será necesario que los empleadores **capaciten a los trabajadores** acerca de los peligros y riesgos, sobre las medidas de prevención y protección, así como los derechos y responsabilidades de cada uno en relación con la aplicación de la política contra la violencia y el acoso.

PROYECTO DE LEY “AMBIENTE DE TRABAJO LIBRE DE VIOLENCIA Y ACOSO”

En el año 2022 ingresó al Parlamento el proyecto de Ley sobre ambiente de trabajo libre de violencia y acoso.

El proyecto de ley se elabora sobre la base de lo dispuesto en el Convenio Internacional de Trabajo (CIT) N°190

El proyecto de ley que se encuentra a estudio en el parlamento tiene como objetivo prevenir y asegurar el derecho de toda persona a un ambiente libre de violencia y acoso, sancionando los comportamientos que configuren violencia o acoso en el mundo laboral.



MIENTRAS NO SE APRUEBE EL PROYECTO DE LEY

Mientras el proyecto de ley que está a estudio en el parlamento no se apruebe y entre en vigencia, el acoso y la violencia laboral serán situaciones que se van a regular por:

- El grupo inspectivo del MtSS conformado por abogados especializados para realizar el seguimiento a las denuncias que se presenten.
- Por la normativa internacional, Convenio Internacional de Trabajo N°190 y todos los referidos a la protección y garantía de los derechos fundamentales.
- Por la normativa nacional, principalmente la Ley de acoso N° 18.251 y su decreto reglamentario N° 256/201 aplicable por remisión, por la Ley N° 19.846 sobre igualdad de derechos y no discriminación, por la Ley N° 19.854 que regula las denuncias ante la Inspección General de Trabajo y Seguridad Social (IGTSS) y la Ley 19.580 sobre violencia de genero.
- Por la Doctrina más reconocida, quien ha establecido grandes conceptos, elementos y mecanismo a adoptar ante casos de acoso y violencia laboral.
- Por la jurisprudencia.

CONCLUSIONES:

El acoso y la violencia laboral constituyen una importante amenaza y vulneración a los derechos humanos fundamentales, entre ellos la dignidad, la libertad, la igualdad y el trabajo. Asimismo el acoso y la violencia laboral son susceptibles de afectar la salud psicológica, física, sexual de las personas y de todo el entorno familiar.

Esperamos Uruguay continúe avanzando en este tema y proceda a la aprobación de la Ley de “Ámbito de Trabajo libre de violencia y acoso” que se encuentra en el parlamento.

5 beneficios de comer pan

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026



- Evita el estreñimiento por su alto contenido en fibra.
- Es rico en vitaminas y nutrientes.
- Aporta energía.
- Posee un efecto saciante.
- No engorda por sí solo.

.22

El pan es un alimento básico en la alimentación de muchas personas alrededor de todo el mundo. No obstante, algunos optan por limitar su consumo por miedo a engordar o a tener una mala nutrición, ignorando que el pan puede ser una fuente importante de energía para realizar actividades cotidianas.

Es fundamental entender que el pan no es un enemigo del ser humano, por lo que no debe eliminarse por completo de su dieta, ya que, si se consume en cantidades adecuadas dentro de una dieta equilibrada, provee múltiples beneficios al organismo.

El miedo a no ingerir pan debe-

ría más bien enfocarse en no comer frecuentemente ningún alimento alto en grasas y sal, pues esto podría aumentar el riesgo de enfermedades como la hipertensión arterial y la diabetes.

Importancia de comer pan

Ahora bien, en cuanto a su im-

portancia, el pan aporta vitaminas hidrosolubles del grupo B y es fuente importante de hidratos de carbono, calcio, magnesio y proteínas.

Sus vitaminas ayudan a mantener sanos el cabello, las uñas y la piel, y promueve la salud del sistema nervioso y circulatorio a partir de la formación de glóbulos rojos y anticuerpos.

Además de poseer componentes beneficiosos para el organismo, el pan ofrece un efecto saciante, y gracias a su contenido en fibra, sobre todo en el pan integral, contribuye a la regulación intestinal. Así mismo, proporciona la energía que necesitan el cerebro y el sistema nervioso para su correcto funcionamiento.

De igual manera, es ideal para todas las edades. En niños, adolescentes y deportistas es un alimento idóneo por su aporte de energía, y en personas mayores, por su fácil masticación y digestión.

Gran aporte de energía

Reiteramos este punto porque es quizá uno de los más importantes. Los carbohidratos o hidratos de carbono proporcionan hasta un 70% de la energía que necesita el cuerpo humano.

La mayoría de los carbohidratos que necesita el cuerpo provienen de los alimentos de los nive-

les dos y tres de la pirámide alimenticia, donde se encuentran los cereales (maíz, arroz, avena y trigo), las verduras y el pan, entre otros.

Algunas personas creen que los carbohidratos son malos, pero en realidad las personas necesitan consumir algunos. De ahí proviene el argumento de los expertos: "el pan es una excelente opción para incluir en el día a día".

Recuerde, el truco para que su salud y la de sus clientes no se vea afectada por comer pan, es tener una dieta equilibrada. Por eso, no olvide incluir también opciones saludables dentro de su menú, pues la moda de los alimentos 'fit' toma cada vez más fuerza; de manera que además de pan, asegúrese que sus clientes puedan encontrar en su negocio opciones con cereales, frutas e ingredientes naturales.

Antes de irse, no olvide preguntar por nuestros productos. Le ofrecemos excelente materia prima para realizar panes deliciosos y de gran calidad que sus comensales amarán.

¿Qué opinan los expertos?

Aunque los argumentos científicos están divididos, numerosas investigaciones demuestran que incluir este alimento dentro de una dieta equilibrada es una acción saludable. De hecho, la Organización Mundial de la Sa-

lud (OMS) recomienda consumir 250 gramos de pan al día, pues es una fuente importante de hidratos de carbono y fibra, además de ser promotor de una correcta función intestinal.

Pese a este argumento, algunos expertos insisten en que esta es una cifra excesiva y perjudicial para el cuerpo, pues va en contra vía de un peso saludable. Sin embargo, la contraparte insiste; por eso, en múltiples artículos encontramos diferentes contenidos que apoyan el consumo razonable de pan. Por ejemplo, en el blog "¿Por qué es beneficioso incluir pan en nuestra dieta?", Carmen Tía, experta en cocina, afirma que ningún alimento tiene la capacidad de engordar o adelgazar por sí solo, por lo que afirmar que consumir pan engorda, es un error.

Esta afirmación va muy ligada con un estudio publicado en 'The American Journal of Clinical Nutrition', que concluyó que una persona no engorda por lo que come, sino por cuánto come. Así mismo, el National Institute of Diabetes and Digestive and Kidney Diseases afirma que es un mito creer que los productos de grano, como el pan, la pasta y el arroz, hacen engordar. Los expertos insisten en que ni el pan ni ningún otro alimento va a causar que una persona aumente o baje de peso por sí sola.

Fuente: www.proingra.com

¿SABÍAS QUÉ?

- **El ITP es una Entidad de Capacitación autorizada**
- **INEFOP te paga el 75% del costo de los cursos que hagan tus empleados**

El Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional **apuesta a la capacitación** y formación de profesionales, es por eso que si envías a tus empleados a cursar en el ITP sólo tenés que pagar el **25% del costo total**.

Encontrá **toda la información** en la web www.inefop.uy

¿Te interesa conocer más? Te asesoramos!

Comunicate con las oficinas del ITP



28 DE ABRIL

DÍA MUNDIAL DE LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO



Uruguay
Presidencia

Secretaría de
Derechos Humanos



Jornada de reflexión en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

Con motivo de conmemorarse el “Día mundial de la seguridad y salud en el trabajo”, la Inspección de Trabajo y Seguridad Social, hizo llegar una invitación para participar de una jornada de reflexión, la que tendrá lugar el martes 28 de abril, a partir de las 9 y 30 horas y hasta las 12 horas, en la sala Erro del Ministerio de Trabajo, ubicado en la calle Juncal 1511, primer piso.

En la oportunidad, participarán representantes de la Academia, en un conversatorio cuyo

eje será los efectos de la disminución del tiempo de trabajo en la seguridad y salud de las personas trabajadoras.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), en relación con la fecha que se conmemora, enfatiza en que se debe garantizar un entorno psicosocial saludable en el trabajo, el que se define por la manera en que el trabajo está diseñado, organizado y gestionado, así como por las prácticas organizacionales que moldean las condiciones laborales del día a día. Es así que concluye que los

factores psicosociales –como la carga de trabajo y el tiempo de trabajo, la claridad de roles, la autonomía, el apoyo y los procesos justos y transparentes- influyen en la forma en que se experimenta el trabajo y repercuten en la seguridad, la salud y el desempeño de los trabajadores, señalando que cuando los factores psicosociales tienen un impacto negativo, se convierten en riesgos que, junto con los riesgos físicos, químicos y biológicos, deben abordarse y gestionarse para garantizar entornos de trabajo seguros y saludables.

TEMPORADA DE GRANOS Y SEMILLAS

PURATOS TE ACOMPAÑA EN

UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE



Seguinos en:



@PuratosUruguay



@Puratosuy



Puratos Uruguay

Web: www.puratos.com.uy | Teléfono: 0800-7500

José Roldán entra en la élite mundial de la panadería al recibir la medalla del Select Club de la UIBC

El reconocimiento llega en Alimentaria tras un año clave marcado por su nombramiento como World Baker 2025

Barcelona, 23 de marzo de 2026



El panadero cordobés **José Roldán** ha recibido este lunes, en el marco de **Alimentaria & Hostelco**, la medalla que reconoce su incorporación al exclusivo Select Club de la **Unión Internacional de Panaderos y Pasteleros (UIBC)**, una distinción reservada a los profesionales más influyentes del sector a nivel mundial.

La entrega ha sido realizada por el presidente de la UIBC, Domi-

nique Anract, y supone un nuevo reconocimiento internacional en la trayectoria de Roldán, tras haber sido distinguido como **World Baker of the Year 2025**.

Roldán se une a este exclusivo club donde ya forman parte otros referentes de la panadería internacional como **Jordi More-ra** o Justin Wu.

“Formar parte del Select Club es un orgullo enorme y una res-

ponsabilidad para seguir trabajando por la panadería artesana y su futuro”, ha señalado Roldán tras recibir la distinción. El UIBC Select Club, creado en **2022**, reúne a una élite internacional de panaderos y pasteleros que destacan por su impacto en el sector. Su objetivo es promover la excelencia, la innovación, la formación y la colaboración global dentro de la industria. El acceso a este club es altamente selectivo y está reservado a

profesionales con una trayectoria destacada en ámbitos como la competición, la formación, la innovación o la divulgación.

Una trayectoria ligada a la alta competición y la formación

Natural de Córdoba, José Roldán ha construido su carrera combinando competición, formación y oficio.

En 2007, con solo 18 años, se proclamó campeón de **Europa de Panadería**, y en 2015 obtuvo el título de **Mejor Panadero Artesano de España**. Su mayor logro internacional llegó en 2023, cuando se convirtió en campeón del mundo de panadería en Rimini (Italia) como miembro de Los Espigas, la **Selección Nacional de Panadería Artesana**.

Actualmente, es director técnico de este equipo que representa a España en competiciones internacionales y trabaja en la divulgación del oficio panadero.

La formación, su vocación

La formación ha sido uno de los pilares fundamentales en la trayectoria de Roldán. Desde hace años, desarrolla una intensa labor como formador, impartiendo cursos y asesorías tanto en España como a nivel internacional, colaborando con profesionales, escuelas y empresas del sector.

En esta línea, en el último año ha impulsado un nuevo proyecto formativo como director de **IBP Center** (International Bakery & Pastry Center) en Córdoba, una escuela que nace con el objeti-

vo de convertirse en un referente en la formación panadera en España, apostando por la excelencia técnica, la innovación y la transmisión del conocimiento.

Además, Roldán compagina su actividad formativa y competitiva como director técnico de **El Brillante**, en Córdoba, donde mantiene el vínculo directo con el producto y el oficio.

Sobre la UIBC

La Unión Internacional de Panaderos y Pasteleros (UIBC) es una organización global que representa al sector a nivel internacional y promueve la excelencia, la formación y la innovación en la panadería y la pastelería.

Fuente: Gabinete de Comunicación de CEOPPAN (Confederación Española de Organizaciones de Panadería y Pastelería)

MIDANLO S.A celebra 20 años en tu panadería de la mano del CIPU



Probá nuestras pasas de uva y nuestra jalea de damasco



GRASA BOVINA REFINADA



LEVADURA Dánica



Sumate junto a nosotros a la campaña de pascua 2026.

La Fiesta del Pan 2026: la enorme panadería temporal en la explanada de la Catedral de Notre-Dame en París

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

.30

La Fiesta del Pan regresa a París del 8 al 17 de mayo de 2026, en la plaza de la catedral de Notre-Dame. ¿Qué se podrá disfrutar? hornos tradicionales reconstruidos, numerosos artesanos panaderos, concursos y por supuesto, degustaciones que harán las delicias de los amantes del buen pan.



<>Por Graziella de Sortiraparis, Caroline de Sortiraparis, My de Sortiraparis ·
Fotos de Caroline de Sortiraparis ·

La Fête du Pain regresará pronto a París ! La **mayor feria de panadería temporal** se prepara para celebrar su vuelta en el p rking de la Catedral de Notre-Dame esta primavera. Y para esta edición, en la capital, la F te du

Pain ha preparado **10 días llenos de demostraciones, actividades, degustaciones y descubrimientos** para que disfruten tanto grandes como pequeños, del 8 al 17 de mayo de 2026.

Esta panadería, ubicada bajo

una carpa de más de 500 m² , es la oportunidad perfecta para aprender todo sobre la elaboración del pan, los pasteles y otros dulces. Gracias a los **panaderos y pasteleros del Gran París**, que tendrán el placer de mostrar su oficio a través de



momentos de convivencia y celebración.

Es importante saber que no todos los vendedores de pan pueden llamarse “panadero” o “panadería”. Por eso, la Fiesta del Pan es una oportunidad para que la profesión destaque sus diferencias, promueva panes elaborados siguiendo las mejores técnicas y recuerde que el buen pan lleva un nombre propio: el Pan de Tradición Francesa.

La Fête du Pain nació en 1996 por iniciativa de Jean-Pierre Raffarin, entonces Ministro de PYME, Comercio y Artesanía. Desde entonces, el acontecimiento vuelve cada año en torno al 16 de mayo, día de Saint-Honoré, patrón de los molineros, harineros, panaderos y pasteleros.

¿Qué hay en la agenda de esta **30ª edición aniversario** de la Fiesta del Pan? Una

tienda reconstruida, donde los panaderos y panaderas de París recibirán a los más curiosos para responder a todas sus preguntas, **concursos y entregas de premios, demostraciones de maestría** únicas realizadas por los molineros de Île-de-France, **degustaciones gourmet** y, en los últimos tres días, **la creación en vivo de piezas** excepcionales por parte de los panaderos MOF, auténticas obras de talento y precisión.

Ya sea sobre las distintas variedades de pan, desde el amasado hasta la cocción, pasando por el formado... todo, todo, todo, se podrá ver sobre la imprescindible barra, cuyos conocimientos artesanales y su cultura han sido oficialmente reconocidos en el patrimonio cultural inmaterial de la Unesco desde 2022!

Fuente: www.sortiraparis.com



Apoyo Técnico


El Instituto Tecnológico del Pan brinda a los socios del CIPU todo el apoyo técnico que necesiten.


Para ello se ha instrumentado un servicio de consultas con el objetivo de que sus inquietudes sean respondidas de la mejor manera.

Si su consulta requiere que el técnico concurra a la panadería para observar la elaboración, también podrá contar con ello.

No dude en consultar, la calidad del producto es el mayor valor de nuestras empresas y no debemos perderlo.

Las consultas pueden realizarse personalmente (previa coordinación de entrevista) o en forma telefónica.

 2924 5344

 095 398 974

 itp@cipu.org.uy

BRIOCHE DE NANTERRE



El Brioche de Nanterre es una joya de la pastelería francesa, distinguido por su formato de pan de molde compuesto por bollos individuales. Su nombre proviene de la ciudad de Nanterre, en los suburbios de París, famosa por la calidad de sus productos de panadería. Este formato permite que el pan se pueda desgranar fácilmente en porciones.

Ingredientes

	Cantidad (g)	Porcentaje (%)
Harina de fuerza (W > 300)	5.000	100
Sal	100	2
Azúcar	600	12
Levadura fresca	250	5
Huevos (fríos)	3.000	60
Manteca (punto pomada)	2.500	50

Procedimiento:

Amasado Inicial. Colocar en la amasadora la harina, el azúcar, la sal y la totalidad de los huevos. Comenzar el amasado a velocidad lenta hasta que todos los ingredientes secos y húmedos estén uniformemente distribuidos.

Desarrollo del Gluten. Incorporar la levadura fresca desgranada. Aumentar la velocidad del amasado. Amasar hasta obtener una masa elástica que comience a separarse de las paredes del bol, lo que indica un desarrollo del 70-80% de la malla glutínica.

Incorporación de Materia Grasa. Agregar la manteca (punto pomada) en trozos, de forma gradual. Continuar el amasado hasta que la materia grasa se integre por completo. El resultado debe ser una masa lisa, brillante y con la prueba del "punto de ventana" positiva (el gluten debe estar completamente desarrollado). Es fundamental que la temperatura final de la masa no exceda los 24°C.

Primera Fermentación. Dejar descansar la masa en bloque durante 60 minutos a temperatura ambiente. Realizar un pliegue suave (desgasificado) y llevar la masa a una cámara de frío (4°C) por un mínimo de 12 horas. Este reposo prolongado es crucial para facilitar la manipulación de la masa, dada su alta riqueza en materia grasa y huevos.

División y Formado. Dividir las piezas de masa según el tamaño del molde. Para los moldes Nanterre, se recomienda dividir en bollos de 60-80 g. Formar esferas firmes y colocarlas en los moldes rectangulares previamente enmantecados. El formato Nanterre se logra estibando

varias bolas en el fondo del molde rectangular.

Segunda Fermentación. Fermentar en cámara climática a 28°C y 75% de humedad. El proceso debe durar hasta que la masa duplique su volumen, lo cual tomará aproximadamente 2.5 a 3 horas.

Cocción. Pincelar la superficie del brioche con doradura (huevo batido con una pizca de sal). Hornear a 170°C en horno rotativo o a 190°C en horno de piso. La cocción finaliza cuando la temperatura interna del pan alcance los 90-93°C. aproximadamente, hasta que apenas se note un leve color en el contorno.

Tips Profesionales

Control de temperatura

Mantener los huevos a temperatura de heladera (fríos) para contrarrestar el calor generado por la fricción durante el amasado prolongado.

Calidad de la manteca

Utilizar manteca con un mínimo de 82% de tenor graso. Esto es esencial para garantizar el aroma, el sabor y la textura característica del brioche.

Hidratación Si la harina utilizada tiene una absorción excepcionalmente alta, se puede ajustar la hidratación añadiendo un 2-5% de leche fría, aunque la fórmula clásica se hidrata solo con huevo.

Origen y formato El nombre Nanterre se refiere al formato de estiba (bolas en molde rectangular), distinto del Brioche à tête. Este método permite que el pan se pueda "desgranar" en porciones.





NUEVAS PREMIEZCLAS FLEISCHMANN INNOVA 360°



PAN CON CEREALES, PAN CON SEMILLAS Y PAN DE AVENA.

TE TRAEMOS UNA PROPUESTA DE NEGOCIO BASADA
EN LAS NUEVAS TENDENCIAS DE ALIMENTACIÓN
PARA QUE PUEDES SORPRENDER A TUS CLIENTES
CON LOS PRODUCTOS QUE BUSCAN HOY.

Gobierno presentó proyecto de Ley de Empleo Integral con foco en poblaciones vulnerables y estímulos a la contratación

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

El presidente de la República, Yamandú Orsi, y el ministro de Trabajo y Seguridad Social, Juan Castillo, presentaron en Torre Ejecutiva el proyecto de Ley de Empleo Integral, una iniciativa orientada a promover la generación de puestos de trabajo mediante incentivos a la contratación y un enfoque prioritario en sectores con mayores dificultades de inserción laboral.

Durante la conferencia de prensa, Orsi explicó que la propuesta se enmarca en una estrategia más amplia que articula políticas de estímulo a la inversión con medidas concretas para favorecer el empleo. En ese sentido, señaló que ambas dimensiones forman parte de una visión integral del desarrollo, en la que el crecimiento económico debe traducirse en mayores oportunidades laborales.

El mandatario destacó que el proyecto pone el foco en poblaciones especialmente afectadas por el desempleo o con mayores barreras de acceso al mercado de trabajo, como jóvenes sin experiencia laboral, mujeres jefas de hogar y personas mayores de 50 años. Según indicó, la iniciativa busca dar respuesta a estas situaciones mediante herramientas concretas que faciliten la contratación.

Asimismo, detalló que el instrumento central de la ley es un sistema de subsidios al empleo que



cubrirá entre el 25% y el 80% de la retribución mensual, dependiendo de las características de la población contratada. Este mecanismo apunta a incentivar a empresas de distintos tamaños a generar nuevos puestos de trabajo, con el apoyo directo del Estado.

Orsi subrayó además que la propuesta implica una asigna-

ción de recursos estimada en el entorno de los 10 millones de dólares anuales, con alcance nacional y contemplando las particularidades territoriales, en particular en aquellas zonas donde el desempleo presenta mayores niveles.

Por su parte, Castillo destacó el carácter interinstitucional del proyecto, que fue elaborado con

la participación de diversos organismos del Estado, entre ellos el Ministerio de Economía y Finanzas, el Ministerio de Desarrollo Social, el Ministerio de Educación y Cultura, el Ministerio de Industria, Energía y Minería, así como entidades vinculadas al ámbito laboral y productivo.

El ministro señaló que la iniciativa surge como respuesta a una de las principales prioridades del Gobierno, vinculada a la mejora del acceso al empleo, especialmente en sectores que enfrentan mayores dificultades. En ese marco, valoró el proceso de elaboración del proyecto, que incluyó recorridos por todo el país y consultas directas con actores sociales y productivos.

Castillo explicó que la ley amplía el alcance de las políticas de empleo al incorporar nuevos

grupos prioritarios, como personas afrodescendientes, personas trans, personas en situación de discapacidad y personas liberadas del sistema penitenciario, entre otros. Además, destacó que se contemplan mecanismos para facilitar el acceso de micro, pequeñas y medianas empresas, atendiendo a las dificultades que históricamente han tenido para utilizar este tipo de herramientas.

En relación con la implementación, indicó que el Ministerio de Trabajo tendrá un rol activo no solo en la ejecución, sino también en la difusión de la herramienta, con el objetivo de asegurar su efectiva utilización en todo el territorio. Asimismo, remarcó que la normativa prevé controles para evitar que los subsidios sean utilizados para sustituir empleos existentes.

El proyecto establece que los contratos podrán extenderse hasta 12 meses, con la posibilidad de adecuarse a períodos más breves en actividades de carácter estacional. La iniciativa tendrá vigencia durante el actual período de gobierno y será financiada a través de distintas fuentes, entre ellas recursos del Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional.

Finalmente, las autoridades señalaron que la propuesta no pretende resolver por sí sola la totalidad de los problemas de empleo, sino constituir una herramienta adicional dentro de una estrategia más amplia orientada a dinamizar el mercado laboral y generar nuevas oportunidades de trabajo.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (www.gub.uy)

INTENSO SABOR

CON LA MEJOR

VAINILLA

DEL MERCADO



¡Nos encanta crear sabores!



0800 6666

CHIAVETTA
¡Pasión por el Sabor Artesanal!

Doordash amplió su sistema de delivery con Drones en EE. UU.: ¿cómo funciona?

El servicio se agregó en el estado de Atlanta y ahora permitirá tiempos de respuesta más rápidos con descuentos para los primeros en usarlo.



Foto: Doordash

La empresa de delivery estadounidense DoorDash anunció que comenzará a ofrecer entregas con drones en el área metropolitana de Atlanta, en el marco de su estrategia para acelerar los tiempos de envío y reducir costos operativos en el último tramo de la logística.

El servicio funciona con tecnología de Wing, subsidiaria de Alphabet, que ya tiene acuerdos similares con cadenas como Walmart y Wendy's. La compañía ya venía probando este sistema en ciudades como Charlotte, Dallas-Fort Worth y zonas de Virginia.

En esta primera etapa, las entregas están disponibles única-

mente para clientes ubicados cerca del centro comercial Tanger Outlets Locust Grove. Desde allí, se pueden pedir comidas de locales seleccionados dentro del radio habilitado.

El funcionamiento es directo: si el pedido cumple con los requisitos de tamaño y peso, el usuario puede elegir la opción de entrega por dron desde la app. El recorrido se puede seguir en tiempo real hasta que el paquete llega al destino.

Con su lanzamiento, la empresa apunta a que los pedidos lleguen en 20 minutos o menos. Aquellos que lleguen en ese margen de tiempo lo recibirán gratuita-

mente, y quienes realicen compras mayores a US\$ 10 tendrán un descuento de US\$ 5.

DoorDash apuesta a que este sistema mejore la velocidad y la previsibilidad de las entregas, además de ampliar el alcance de los comercios locales.

En paralelo, la empresa sigue desarrollando otros formatos de reparto autónomo, con robots terrestres como los de Coco y su propia línea Dot. En el mismo segmento, Amazon también avanza con pruebas de entregas rápidas mediante drones para su catálogo de productos.

Fuente: Montevideo Portal (www.montevideo.com.uy)

¡Atrévete a soñar con Rich's!

Con Bettercreme harás realidad tus más asombrosas creaciones. Podrás tener decoraciones de increíble definición e impacto visual.



Chantilly

Chocolate



¡Escanea el código
y recibí recetas!



El pan entre ruinas

Allí donde la guerra desordena la vida, el pan sigue siendo la forma más humilde de resistencia.

Paco Doblás Gálvez



La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

Hay un momento en cualquier ciudad golpeada por la guerra en el que el pan deja de ser una costumbre y pasa a convertirse en un parte diario de situación. Se nota en la cola, en el gesto de guardar una bolsa como si fuera un trofeo, en la velocidad con la que alguien mira un horno encendido y calcula si aún queda harina para mañana. El olor cambia de sentido. Antes abría el apetito. Después abre una tregua interior de pocos minutos. Y en esa tregua cabe casi todo: la idea de casa, la rutina perdida, el recuerdo de una cocina y la sospecha de que la vida, aunque herida, todavía empuja.

El olor del pan cuando todo lo demás falla

Conviene empezar por lo obvio, que muchas veces es lo primero que olvidamos desde la comodidad. El pan sostiene una parte enorme de la dieta humana porque el trigo forma parte del pequeño grupo de cultivos que alimenta a buena parte del planeta. La FAO recuerda que **arroz, maíz y trigo aportan el 60% de la energía alimentaria mundial**, y que miles de millones de personas dependen de esos básicos para comer cada día. Cuando una guerra desordena el acceso a cereal, harina, combustible y transporte, se agrieta una de las

columnas que sostienen la vida diaria.

Por eso el pan nunca funciona como una simple pieza de mostrador. En muchos lugares marca el ritmo del día, el precio del barrio, la capacidad de una familia para llegar a la noche sin improvisar una estrategia de supervivencia. Comprar pan suele ser una acción mínima, casi automática. En guerra, ese gesto se vuelve incierto: hay que saber si la panadería abrió, si llegó el camión, si hubo electricidad, si sigue entrando gas, si la ruta permanece transitable, si el mercado conserva algo que vender y si salir a la calle compensa el

riesgo. **El pan, en ese contexto, deja de ser fondo y pasa a ser argumento.**

La guerra también deja su rastro en el mercado. En un **Bagdad** marcado por la destrucción, la actividad de un mercado casi en ruinas recuerda que el pan empieza mucho antes del horno: **en la llegada de la harina, en el precio del combustible, en la apertura de los puestos y en la posibilidad de mover mercancías por calles todavía vivas.** Cuando falla esa cadena, el pan desaparece. Cuando resiste, aunque sea a duras penas, la ciudad conserva una parte de su pulso.

Harina, levadura, combustible y miedo

Detrás de una barra, de una pita o de un pan plano hay una cadena de decisiones que en tiempos normales casi nadie mira: quién muele el trigo, quién distribuye la harina, qué horno funciona con gas o con diésel, qué panadero logra mantener a su plantilla, qué mayorista adelanta mer-

cancía y qué carretera aguanta abierta una jornada más. La guerra convierte esa cadena en un tablero de obstáculos. **Si falla un solo eslabón, el pan se encarece, se raciona o desaparece.** Y cuando desaparece, lo que se hunde alrededor no es únicamente la mesa: también se resiente el pequeño comercio, la confianza del vecindario y la sensación de continuidad.

Gaza ofrece una imagen nitida de esa fragilidad. A finales de abril de 2025, el PMA, el Programa Mundial de Alimentos, constató que **las 25 panaderías que apoyaba habían cerrado por falta de harina de trigo y de combustible para cocinar.** Según OCHA, la Oficina de las Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios, tras más de cuatro semanas sin entrada de ayuda, se habían suspendido casi todas las distribuciones de harina y las tiendas ya no tenían pan que vender. En paralelo, el PMA advirtió de que los precios de **los alimentos se habían disparado hasta un 1.400%** respecto al periodo

del alto el fuego, y un informe de la IPC, la escala internacional que clasifica la severidad de la inseguridad alimentaria y la malnutrición, registró **subidas del precio de la harina de trigo de hasta el 3.000%** desde febrero de 2025 en algunas zonas. En una guerra, la inflación del pan no es una cifra abstracta, **es hambre con formato de ticket.**

En **Ucrania** el paisaje es distinto, aunque el nervio logístico se parece mucho más de lo que podría parecer desde lejos. Allí el problema no ha sido únicamente sostener el consumo doméstico en zonas de frente o de evacuación, sino proteger cadenas de suministro internas y, a la vez, una infraestructura exportadora cuyo peso va mucho más allá del país. El PMA recuerda que los ataques contra infraestructuras portuarias amenazan las cadenas globales de suministro y subraya que, antes de la guerra, **las exportaciones alimentarias ucranianas daban de comer a 400 millones de personas al año.** Ese dato explica por qué hablar de pan y guerra nunca se queda en el barrio: enseguida alcanza puertos, mercados internacionales y precios en lugares muy lejanos del mapa.

La guerra en **Oriente Medio** ha vuelto a demostrar que el pan nunca depende solo del horno del barrio. Depende también del petróleo, de los puertos, de las rutas marítimas y del precio final al que una familia puede comprar harina o una pieza básica de pan. En marzo de 2026, el **Programa Mundial de Alimentos** advirtió de que la escalada regional podía empujar a casi **45**



millones de personas más a la inseguridad alimentaria aguda o a una situación aún peor si el conflicto no terminaba antes de mediados de año y si el crudo seguía por encima de los 100 dólares por barril. Eso elevaría todavía más una cifra ya insoportable: **318 millones de personas viven hoy con hambre aguda en el mundo.** Cuando se bloquean rutas estratégicas y sube el precio de la energía, el golpe acaba llegando también a la mesa más humilde.

Gaza: el horno como señal de vida

En **Gaza**, una panadería que vuelve a encenderse comunica algo más profundo que una mejora de abastecimiento. Lo hace en una franja devastada en el sentido más amplio de la palabra: con barrios arrasados, servicios esenciales hundidos, familias desplazadas y una vida civil reducida a su mínima expresión. Aun así, a fecha de marzo de 2026 seguían operando panaderías apoyadas por la **ONU**, con **decenas de miles de paquetes de pan producidos cada día dentro de un sistema alimentario extremadamente precario.** Que un horno funcione durante unas horas significa que ha entrado suministro, que hay algo de combustible, que alguien ha logrado organizar turnos y que la distribución todavía puede sostenerse, aunque sea de forma frágil. El panadero trabaja entre ruinas. La gente vuelve a hacer cola en un territorio donde casi todo está roto. Por eso, en **Gaza**, una panadería abierta no anuncia normalidad. Apenas confirma que, en medio del derrumbe, queda un resto de vida.



*Panadería tradicional en Baiji (Irak) con hornos tandoor.
[Foto: Paco Doblas]*

En octubre de 2025, el PMA explicó que, pocos días antes del alto el fuego entre **Israel** y **Hamás** que entró en vigor el 11 de octubre, había logrado reactivar **nueve de las treinta panaderías que había apoyado en la Franja** y que sus socios estaban entregando ya más de **100.000 paquetes diarios** de pita a familias desplazadas.

Samer Abdeljaber, director regional del WFP para Oriente Próximo, Norte de África y Europa del Este, resumió así ese efecto: “El olor a pan da a la gente la esperanza de que las cosas puedan volver a la normalidad”; cuando entra más comida, añadió, también baja la ansiedad.

El PMA ha logrado reabrir más panaderías y, en enero de 2026, su trabajo ya alcanzaba a **más de un millón de personas cada mes en Gaza** mediante paquetes de comida, lotes de pan, comidas calientes y apoyo escolar, mientras insistía en que la situación seguía siendo extremadamente frágil. Esa fragilidad es precisamente la medida de lo que significa que un horno siga funcionan-

do en medio del derrumbe.

Si vuelve a oler a pan cerca del campamento, del refugio o del bloque medio derruido, algo de la vida civil sigue respirando. La guerra humilla muchas cosas. Entre ellas, nuestra idea sofisticada de la comida. La devuelve a un punto elemental donde lo importante es llegar al anochecer con algo en el estómago.

Ucrania: sostener panaderías, sostener país

El caso ucraniano permite mirar el pan desde otra esquina: la de la **resistencia económica.** Allí el PMA insiste en una estrategia que tiene mucho sentido en términos humanitarios y productivos. **Más del 90%** de los alimentos que distribuye se compran dentro del propio país, y trabaja con panaderías locales para repartir pan cerca de la línea del frente. La organización afirma que ha inyectado **más de 1.300 millones** de dólares en la economía ucraniana desde marzo de 2022 a través de compras locales y asistencia en efectivo. Traducido al lenguaje del obrador,

eso significa algo muy concreto: **mantener actividad, salarios, proveedores, conductores y capacidad de reparto allí donde la guerra intenta vaciarlo todo.**

Hay datos que dibujan esa resistencia con bastante claridad. En marzo de 2025, el PMA explicó que distribuía **más de un millón de hogazas al mes**, todas horneadas localmente, y que había repartido ya **más de 74 millones de panes** en las regiones de primera línea durante los tres años de guerra a gran escala. Un texto de la ayuda humanitaria de la **Unión Europea** añadía otro detalle revelador: **más del 60% de ese pan reciente procedía de 18 pequeñas panaderías**

contratadas en regiones cercanas al frente. Es difícil encontrar una imagen más precisa de lo que significa sostener un país desde abajo: una panadería pequeña trabajando por turnos, manteniendo empleo, cargando furgonetas y enviando pan a una zona donde una familia quizá ya ha perdido la casa.

Lo que recuerda una comunidad cuando recuerda su pan

Cuando una comunidad recuerda su pan, en realidad recuerda bastante más: la textura que se rompía con los dedos, el camino hasta la tienda, la hora a la que el barrio empezaba a oler distinto, la conversación breve con quien

atendía, el precio que cabía en el bolsillo, la bolsa tibia llevada a casa. La guerra arrasa edificios, rutas, mercados y puertos. También arrasa pequeños automatismos afectivos que parecían eternos. De ahí que la reapertura de una panadería tenga una carga emocional desproporcionada para quien la mira desde fuera. Desde dentro, en cambio, se entiende enseguida: **ahí vuelve un fragmento de mundo reconocible.** Cuando llegue la paz, en **Gaza**, en **Ucrania**, en **Oriente Medio**, y en cualquier lugar herido, esa vuelta a la normalidad también tendrá que oler a pan.

Artículo publicado en
Geo Gastronómica (www.geogastronomica.com)

La Industria Panaderil

LOS PANADEROS
Y LA GUERRA

PROMOCIÓN LANZAMIENTO

NUEVA GRASA PREMIUM
SÚPER REFINADA ARGENTINA

REFINERÍA DE ÓLEOS URUGUAYA S.A.

MASTER GRAS



ÓLEO 36°/39°C

TRADICIONAL 42°/45°C



Refinería de Óleos Uruguay S.A.

Tel/Fax: +(598) 4334 5032 / 5289 - Ruta 11 Km 87 - Santa Lucía - Uruguay

DESDE 1985

MANTEX

GRASA VACUNA

HOMOGENEIZADA Y CENTRIFUGADA



APTA PARA FRITURAS
IDEAL PARA TODO TIPO DE PANIFICADOS



CHICHARRONES

ESPECIAL PARA ROSCAS Y BIZCOCHOS



Una historia sobre el pan y la vida.

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026



La historia del pan Dencopan comienza a principios del siglo pasado, con el panadero Ioan Poiană. Eran los años 1930, y todas las noches el panadero de Turcheș (Rumania) amasaba y horneaba pan, y por la mañana lo cargaba en el carro y partía por las calles de Dârste y Noua, a dos barrios de la entrada de Brașov. Los niños corrían camino abajo cuando escuchaban el sonido de la campana que anunciaba la llegada del pan. “El pan de Poienaru”, como lo llamaban.

Los más pequeños sabían que recibirían, como siempre, un cuerno o un pretzel. La histo-

ria de la familia de Ioan Poiana pasó por todas las pruebas del siglo turbulento que escribió su destino. Asimismo la historia del “pan de Poienaru” que los nietos revivieron, bajo el logo “Dencopan”.

El sueño de Ioan Poiana

Ioan Poiană nació el 10 de mayo de 1901 y a la edad de 10 años quedó huérfano de su padre. Pronto se convirtió en oficial de la panadería Siegens en Prundul Rozelor (hoy plaza Enescu en el centro histórico de Brașov). Durante 4 años permaneció con la familia Siegens, donde aprendió todo sobre la masa, el pan y la organización

de una panadería según el método alemán. Durante todos estos años, también aprendió sobre la familia, la bondad y el honor, siendo los Siegen su modelo de vida. En 1928, el joven panadero Poiana se casó con Ecaterina Sipos, hija de comerciantes de Turcheș. Con la ayuda de sus suegros y su esposa, monta una pequeña panadería, con horno de leña, en pleno patio familiar. El pan elaborado con mayonesa y patatas tuvo una gran demanda, y el artesano rumano, que había aprendido su oficio de los sajones y contaba con el apoyo de sus suegros húngaros, se convirtió en un panadero reconocido.

La panadería con dos hornos

Como la demanda de pan, jimblă (sándwich) y croissants con mantequilla era alta y el negocio florecía, en 1932, Ioan y Ecaterina Poiană se animaron y construyeron una panadería nueva y más moderna con dos hornos de ladrillo. La equiparon con batidora, tinas adicionales, cortadora de masa para jimble y croissants, lavapatatas, agitador de bolsas y demás maquinaria, todo según el modelo alemán, como los Siegens. También pidieron un préstamo de 150.000 lei y construyeron una nueva casa para el personal, una piscina de diésel, un establo y un garaje. Tenían carros, un trineo, un carruaje y una camioneta. El pan y el resto de productos se horneaban por la noche y por la mañana los carros de Poiana llevaban los productos frescos por la ruta Turcheș-Dârste-Noua. Había 7 panaderías en el área de Săcele, pero cada una tenía un área de venta bien definida. Aunque eran competidores,

los panaderos -húngaros, sajones o rumanos- se entendían y respetaban mutuamente.

El pan amargo de la guerra

Un año después del inicio de la guerra, en 1941, la crisis de la harina deja cada vez a más familias sin pan en la mesa. El ejército toma el control de la panadería y los soldados entran en la casa de los empleados. En la primera parte de la guerra, Ioan Poiana se concentra en su trabajo en Arad, y tras la llegada de los rusos la situación empeora. La panadería de Poiana ahora tenía que hornear pan sólo para el ejército, con soldados rusos que nunca antes lo habían hecho. Ioan Poiana también era responsable de ellos, pero también del pan producido. Para los lugareños sólo se horneaba pan de masa madre, lo cual era insuficiente.

Ilusiones y terror

Después de la partida de los rusos, Ioan Poiana y su viejo amigo

En la revista
“Saceleana” de los años
30 había un anuncio
de la panadería de Ioan
Poiana.
“Cuando economizas
Y quieres endulzar lo
amargo
Consumir con alegría
Sólo pan “Poienaru”.

Hans Siegens pensaron que la vida volvería a ser como antes. Así que se pusieron manos a la obra, esta vez juntos, para preparar la panadería. Repararon los hornos y las instalaciones, y como todo iba como un reloj, incluso planearon un préstamo. Pero el año 1948 trajo la nacionalización que hizo añicos cualquier ilusión. La panadería de



REGIONAL SUR S.A.

Todos los productos a granel que su comercio necesita y al mejor precio.

- Fruta Picada
 - Maní
 - Almendras
 - Nueces
 - Castañas de Cajú
 - Pasas de Uva
 - Ciruelas Pasas
 - Cerezas
 - Pistachos
 - Avellanas
 - Dátiles sin Carozo
 - Coco Rallado
 - Fécula de Maíz
 - Chispitas de Chocolate
 - Lentejas de Chocolate
- y mucho más...

🌐 www.regionalsur.com.uy 📷 [CosechaDoradaUruguay](https://www.instagram.com/CosechaDoradaUruguay)

Por consultas o ventas: ☎ **2506 1149**

Casa Central: Dámaso A. Larrañaga 3624 | Sucursal Paso de la Arena: Luis Batlle Berres 7140 esq. Cno. de la Higuera
E-mail: ventas@regionalsur.com.uy E-mail: ventaslbb@regionalsur.com.uy



Poiana estaba incluida en el inventario de la Bakery Company y el panadero de Poiana era empleado del estado. Los panaderos sajones de Brasov y de los pueblos vecinos, que aún no habían sido deportados a Rusia, fueron expulsados de sus hogares. Los Siegen vivieron durante un tiempo con su antiguo aprendiz y amigo. El terror apenas comenzaba. En mayo de 1952, Ioan y Ecaterina Poiană, junto con sus dos hijos menores, fueron sacados de casa por la más estricta necesidad y deportados con residencia forzosa.

La primera pensión llegó demasiado tarde.

El panadero ahora se vio obligado a ganarse la vida para su familia trabajando en la esta-



ción, cargando troncos. Permanecieron fuera de casa durante casi tres años y, cuando regresaron a Turcheș, en la panadería sólo quedaban los dos hornos de ladrillo y en su casa vivían inquilinos estatales. El “pan de Poienaru” ya no era más que un recuerdo doloroso: Ioan Poiană tuvo que hacer pan en las panaderías estatales hasta 1961. En agosto, cuando debería haber recibido su primera pensión, el panadero Ioan Poiană acababa de morir y el Estado confiscó a su familia el poco dinero que dejaba.

De “Painea lui Poienaru” a Dencopan

Después de los años 90, Ecaterina Poiana, la incondicional esposa del panadero, logró recuperar la panadería, todo lo que quedaba: dos hornos y las paredes. Pero la alegría fue grande. Después de 5 años, durante los cuales estuvo alquilado a un antiguo marinero que quería hacer pan, dos nietos de Poiana decidieron retomar y continuar la tradición familiar. En memoria del abuelo Poiană y para alegrar el corazón de la abuela, Ferencz y Rudolf Denes repararon los hornos de casi 70 años, invirtieron en nuevos equipos y aprendieron el propósito del pan en la panadería, continuando la historia del

“Pan de Poienaru”. bajo el logo de Dencopan.

“El olor del pan es vida”, dijo Ecaterina Poiană, cuando los hornos de ladrillos del trabajo familiar volvieron a hornear pan.

Una panadería moderna

Era la víspera de Navidad de 1998, cuando los hermanos Denes compraron una nueva batidora, convirtiéndose en unos de los primeros clientes de Nova Pan. Y así como los abuelos de Poiana comprendieron, en 1932, que necesitaban una panadería más grande y moderna para que su pan llegara al mercado, así los nietos, en los años siguientes, arriesgaron un préstamo para construir y utilizar una nueva fábrica, según todos los requisitos y normas europeas.

Actualmente Dencopan produce una rica variedad de pan, pero también bollos, pretzels y otras especialidades, contando con 12 puntos de venta propios y estando siempre al día con las nuevas tecnologías y exigencias del mercado. La antigua panadería del abuelo Ioan Poiana permanece hoy, guardando entre sus paredes la historia de un siglo convulso.

Fuente: Arta Alba (www.artaalba.ro)

En Farming reafirmamos
nuestro compromiso con la

Excelencia



Nuestro Queso Parmesano Rallado FARMING
fue certificado por LSQA, avalando su
autenticidad, pureza y calidad.

Elaborado 100% con queso madurado
en nuestras cámaras especiales,
cumpliendo con los más altos
estándares de calidad.



100% Queso
100% Sabor



El mercado mundial de la panadería ronda los 500.000 millones de dólares

Según un informe de la consultora Fortune, del que se hace una reseña en su página web, el tamaño del mercado mundial de productos de panadería se valoró en 494,7 mil millones de dólares en 2025 y se prevé que crezca a 515,89 mil millones de dólares en 2026.



Los productos de panadería incluyen tortas, pasteles, pan, bizcochos, galletas y otros productos de panadería que se distribuyen a través de varios canales de distribución, incluidos supermercados/hipermercados, tiendas especializadas, tiendas de conveniencia y otros canales. Estos

productos también se pueden segmentar según sus ingredientes y métodos de producción, como especiales y convencionales, donde los productos especiales incluyen productos sin gluten, orgánicos y otros. Ya sea que el tipo de producto sea especial o convencional, se vende fresco o congelado, y los

productos frescos tienen una participación de mercado significativa. Además, el mercado mundial de productos de panadería está presenciando un fuerte aumento en las ofertas de origen vegetal a medida que los consumidores prefieren cada vez más alternativas veganas, sin lácteos y de etiqueta limpia.

El mercado está dominado por actores clave, incluidos Mondelez International, Kellogg Company, Associated British Foods, General Mills y Grupo Bimbo, entre otros. Estas empresas continúan ampliando las instalaciones de panadería congelada a nivel mundial para respaldar operaciones y cadenas de suministro internacionales.

Aumento de la demanda

Según el citado informe, la industria de la panadería se ve impulsada significativamente por la mayor comodidad que ofrecen estos productos. El aumento de estilos de vida acelerados debido a la rápida urbanización, junto con un aumento de la población de clase trabajadora y de hogares con doble ingreso, ha estado moldeando las preferencias de los consumidores hacia productos alimenticios convenientes, como los listos para comer y los listos para hornear. Además, el aumento de la capacidad de gasto y el estilo de vida acelerado también impulsan la demanda de productos alimenticios como los donuts, que son uno de los alimentos básicos en Estados Unidos y que a menudo se consumen como refrigerio.

Avances tecnológicos

En este aspecto, el informe destaca que el sector de la panadería ha ido avanzando sustancialmente con la adopción de nuevas y avanzadas tecnologías en la producción y suministro de productos de panadería. La automatización en el proceso de fabricación es una de las principales tendencias. La industria de productos de panadería arte-

sanal e innovadora ha mostrado un crecimiento significativo, lo que es un factor importante que impulsa la demanda de automatización. Además, la automatización ha contribuido aún más a múltiples beneficios, como una mayor producción, una producción más rápida y otros que contribuyen al crecimiento general del mercado de productos de panadería.

Los avances en el envasado en atmósfera modificada (MAP), el sellado al vacío, los cartones premium y la logística de congelados han mejorado significativamente la vida útil y la estabilidad del producto. Estas innovaciones están remodelando la distribución de panadería a nivel mundial y abriendo nuevas oportunidades para el comercio transfronterizo y el comercio electrónico minorista. Además, las tecnologías de congelación avanzadas, como la congelación rápida y la congelación criogénica, ayudan a preservar el sabor, la textura y el valor nutricional, lo que hace que los productos de panadería congelados sean comparables a los frescos.

Perspectivas regionales del mercado

Por regiones, el mercado se analiza en América del Norte, Europa, Asia Pacífico, América del Sur, Oriente Medio y África.

Europa

Europa domina el mercado mundial de productos de panadería con un valor de 154,34 mil millones de dólares en 2024,

y se prevé que crezca a 192,82 mil millones de dólares en 2031. Europa tiene la participación dominante en los ingresos en el mercado global debido a la mayor demanda de productos horneados en Alemania, Francia, Italia, el Reino Unido y otros países. Productos como pasteles, pan, bollería y otros son alimentos básicos en estos países, lo que resulta en un mayor consumo per cápita. Además, se espera que la región muestre una creciente demanda de gamas de productos orgánicos y sin gluten debido al creciente enfoque en los productos alimenticios saludables y de bienestar. Se prevé que el mercado del Reino Unido alcance los 26.500 millones de dólares en 2026, mientras que el mercado de Alemania alcance los 28.100 millones de dólares en 2026. El mercado europeo fue valorado en 158.660 millones de dólares en 2025, capturando el 32,07% de los ingresos globales, y se estima que alcanzará los 163.330 millones de dólares en 2026.

América del Norte

Uno de los factores destacados que impulsa la demanda en la región es la conveniencia que ofrece el producto. Líderes del mercado como Mondelez International, General Mills y Grupo Bimbo están dirigidos al desarrollo de nuevas gamas de productos enfocados en la salud y el bienestar, debido a la creciente conciencia de los consumidores sobre el consumo saludable de panadería, lo que se espera que impulse el crecimiento del mercado. Es-

tados Unidos lidera el mercado regional debido al alto consumo de pan y pasteles, mientras que la gran dependencia de México de los productos de panadería lo convierte en el país de más rápido crecimiento en la región. Se prevé que el mercado estadounidense alcance los 103.490 millones de dólares en 2026. América del Norte representó 133.330 millones de dólares en 2025, lo que representa el 26,95% de la cuota de mercado mundial, y se prevé que alcance los 139.850 millones de dólares en 2026.

Asia Pacífico

Se espera que Asia Pacífico experimente el crecimiento más rápido, con una tasa compuesta anual de alrededor del 5,81%, impulsada significativamente por el rápido crecimiento de la participación de las mujeres en la fuerza laboral, el aumento de los hogares con doble ingreso y la urbanización. Estos factores alimentan la demanda de productos alimenticios convenientes, lo que resulta en un mayor consumo de productos como el pan. El alto crecimiento de la región se ve respaldado además por la creciente adopción de dietas occidentales en China, India y otros países del sudeste asiático. El creciente número de mujeres trabajadoras y los crecientes ingresos disponibles también respaldan el crecimiento del mercado. Además, la creciente tendencia a una vida saludable en China y Japón impulsa la demanda de pan, pasteles y pasteles bajos en azúcar y carbohidratos. Se prevé que el mercado de Japón alcance los 42,75 mil millones de dólares para 2026, el mercado de China alcance los 48,43 mil millones de dólares para 2026 y el mercado de la India alcance los 13,98 mil millones de dólares para 2026. En 2025, Asia Pacífico poseía el 24,58% del mercado mundial, alcanzando una valoración de 121,58 mil millones de dólares y se prevé que crezca a USD 128,08 mil millones en 2026.

América Latina

Brasil lidera el mercado de panadería en América del Sur debido a la alta inclusión de productos

de panadería en su dieta diaria. En Brasil, Argentina, Chile y Colombia, los consumidores de alimentos de panadería buscan cada vez más pan envasado con ingredientes más saludables. Además, las tendencias en materia de snacks influyen en el consumo de galletas entre adultos y niños. La región de América Latina captó el 11,63% del mercado global en 2025, generando 23.590 millones de dólares en ingresos, y se prevé que alcance los 24.530 millones de dólares en 2026.

Medio Oriente y África

Oriente Medio y África aportaron aproximadamente 121.580 millones de dólares al mercado mundial en 2025, lo que representa una participación del 4,77%, y se espera que alcance los 128.080 millones de dólares en 2026. Se prevé que el mercado de productos de panadería de Oriente Medio y África crezca a una tasa compuesta anual del 4,46% entre 2025 y 2032. En Oriente Medio y África, el mercado se ve impulsado por el creciente consumo de alimentos envasados debido a su conveniencia. En África, la creciente población de clase media también sustenta el crecimiento de la región. Turquía es un mercado clave para los productos alimenticios de panadería en la región, y las ventas están impulsadas por la alta demanda en los mercados locales y extranjeros.

Fuente: www.fortunebusinessinsights.com

www.fortunebusinessinsights.com





*Productos de calidad garantizada
por la más avanzada tecnología*

HARINAS PANADERAS - PREMEZCLAS PARA PANIFICACIÓN - HARINAS PASTERAS
HARINAS ESPECIALES - HARINAS EN PAQUETES- MEJORADORES PARA PANIFICACIÓN

EN MOLINOS SAN JOSÉ SEGUIMOS AVANZANDO PARA BRINDARLE LO MEJOR, OFRECIENDO A NUESTROS CLIENTES UN SERVICIO DE ATENCIÓN PERSONALIZADA E INTEGRAL QUE INCLUYE EL DISEÑO DE HARINAS A MEDIDA SEGÚN SUS NECESIDADES.



Gracias a nuestro constante perfeccionamiento, tenemos el orgullo de decir que hoy Molinos San José está certificado bajo la norma ISO 9001



Atención personalizada: 4342 3333/ 099 342 021

Nicolás Guerra 110 | San José – Uruguay. Tels.: 4342 3333 Fax: 4342 3804

Luis Batlle Berres 5327 | Montevideo – Uruguay Tels.: 2309 7799* Fax: 2309 5007

  @molinossanjoseuruguay

 <http://www.molinossanjose.com/>

FAO: Conflicto de Irán impacta en precios mundiales de alimentos, cereales, leche y azúcar son un 2,4% más caros

La Industria Panaderil

CIPU - Abril - 2026

52

ROMA (Uypress)- La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en su último informe, considera que si el estrecho de Ormuz sigue cerrado otro mes más, “las consecuencias en la producción y los precios de los alimentos pueden ser más serias que la crisis que se vivió durante la pandemia de covid-19”.

Los precios mundiales de los alimentos básicos aumentaron en marzo por segundo mes consecutivo, hasta un 2,4%, por la subida del coste de la energía que ha provocado la escalada del conflicto en Oriente Próximo. Así, los cereales, la carne, los productos lácteos, los aceites vegetales y el azúcar subieron el mes pasado, por una parte, por el propio comportamiento del mercado en esta época del año, pero también por cómo han impactado los precios energéticos, según informó la FAO. Este segundo repunte empieza a preocupar a los expertos, que temen que si la guerra se prolonga la factura se dispare.

“Aunque los aumentos de precios desde que comenzó el conflicto han sido moderados, impulsados principalmente por los precios más altos del petróleo

y amortiguados por la abundante oferta mundial de cereales, si el conflicto se extiende más allá de 40 días, los agricultores tendrán que elegir entre cultivar lo mismo con menos insumos, sembrar menos o cambiar a cultivos menos intensivos que requieran fertilizantes”, ha alertado el economista jefe de la FAO, Máximo Torero. “Estas decisiones afectarán los rendimientos futuros y determinarán nuestro suministro de alimentos y los precios de las materias primas para el resto de este año y todo el próximo”, ha agregado Torero.

“Si el estrecho de Ormuz permanece cerrado más días, las consecuencias en la producción y los precios de los alimentos pueden ser más serias que la crisis que se vivió durante la pandemia de covid-19 si no tenemos cuidado”, ha agrega-

do el especialista. El índice de precios de los alimentos de la FAO fue el mes pasado de un promedio de 128,5 puntos en marzo, un 2,4% más que en febrero y un 1% más que hace un año, según informó la organización en un comunicado.

Por tipologías de alimentos, los cereales se encarecieron un 1,5% respecto al mes anterior, una subida que afectó a todas las principales variedades, con excepción del arroz. El trigo, alimento clave en los países occidentales y toda la zona árabe, subió un 4,3 %, por la sequía que afecta al centro de Estados Unidos y por las expectativas de una reducción de la superficie sembrada en Australia, en respuesta al aumento previsto de los costos de los fertilizantes. Las cotizaciones mundiales del maíz subieron ligeramente, mientras que el precio del



arroz disminuyó un 3%, debido a la época de cosecha, la menor demanda de importaciones y la depreciación de la moneda frente al dólar estadounidense.

El aceite y la carne de cerdo

El índice de precios del aceite de la FAO aumentó un 5,1% con respecto a febrero, hasta situarse un 13,2% por encima de su nivel del año pasado. El de la carne, por su parte, aumentó un 1% respecto al mes anterior, principalmente por el alza de los precios de la carne de cerdo. Se incrementó también el precio de la de bovino, pero, para compensar, bajaron las carnes de ovino y aves de corral. Los precios de la carne de cerdo experimentaron una subida repentina, porque entramos en una época del año en la que crece el consumo.

El precio de los productos lácteos aumentó un 1,2%, impulsado principalmente por las cotizaciones más altas de la leche en polvo en medio de una disminución estacional de los suministros en Oceanía y el de azúcar aumentó un 7,2 % en marzo. Respecto al azúcar, un producto que llevaba unos meses bajando (también en España, según el IPC) ha alcanzado este marzo su nivel más alto desde noviembre. La FAO lo atribuye directamente “a la influencia del alza de los precios internacionales del crudo, lo que generó expectativas de que Brasil, el principal exportador mundial de azúcar, recurriera en mayor medida al etanol producido a partir de la caña de azúcar en la próxima cosecha”.

Fuente: UyPress - Agencia Uruguaya de Noticias (www.uypress.net)

El trigo, alimento clave en los países occidentales y toda la zona árabe, subió un 4,3%, por la sequía que afecta al centro de Estados Unidos y por las expectativas de una reducción de la superficie sembrada en Australia, en respuesta al aumento previsto de los costos de los fertilizantes.

Quien te enfada, te domina



Cada vez que reacciones con rabia, alguien está al volante.

No importa cuán inteligente seas, cuán fuerte, cuán despierto; si te arrastran con un insulto, si te sacan de tu centro con una mirada, entonces no eres libre; eres marioneta.

El que te enfada no necesita golpearte. Le basta con tocar el botón que tú no has aprendido a desactivar.

Y tú, creyendo que respondes con fuerza, solo demuestras que no te perteneces.

El enojo es el grito del ego que no soporta ser tocado. Y mientras sigas reaccionando, seguirás siendo propiedad de quien te provoca.

El verdadero poder está en saber que nadie puede tocar lo que tú no entregas.

Buda

Fuente: www.pinterest.com



Innovación para panaderos



Desde hace más de 20 años, acompañamos a los panaderos Uruguayos con soluciones a medida: levaduras, mejoradores, masas madre y más. Descubri cómo elevar cada receta.

Mejoradores | Levaduras | Premezclas



094 601 377



Lesaffre_uruguay



Lesaffreuruguay

Camino El Gallo y Km 29 de la Ruta 101 - Barros Blancos, Canelones

Nuestros productos
y su trabajo marcan
la diferencia



Molino Río Uruguay S.A

Tradición de calidad y servicio

*Somos el primer molino harinero de Uruguay certificado en calidad con la ISO 9001-2015,
un reconocimiento a nuestra dedicación y al trabajo de todo nuestro personal.*



**Gral. Aguilar 1215 Tel. 2203 5120 - 2203 4740. Atención personalizada: 099 664 771
mru@molinoriouruguay.com | www.molinoriouruguay.com**