



Un poco de cultura gastronómica.

Escocia es, con su casi centenar de destilerías repartidas por cinco regiones, la patria indiscutible del whisky. Dos tercios de ellas se concentran al norte de la línea imaginaria que une Greenock con Dundee, en las llamadas Highlands.

Las Highlands (o Tierras Altas) forman un auténtico triángulo de oro. El Spey, segundo río del país en longitud, y sus afluentes –el Fiddich, el Livet y el Avon– suministran el agua necesaria a las destilerías instaladas en sus inmediaciones.

Esta agua pura y poco ácida tras el largo camino que recorre a través del granito confiere al whisky toda su delicadeza. Lo templado del clima y la protección de las montañas circundantes hacen de la región un terreno fértil para el cultivo de la cebada, esencia misma del single malt.

El proceso de elaboración:

La fabricación del whisky consta de cinco etapas. La primera es el malteado, es decir la transformación de la cebada en malta.

Una vez seca, la malta se tritura hasta obtener una especie de harina, el grist, que se mezcla con agua para obtener una pasta: es el macerado. La sustancia así obtenida se filtra y al líquido resultante se le añaden las levaduras. Empieza la tercera etapa, la de fermentación.

Esta mezcla que recibe el nombre de wash se somete a continuación a una doble destilación en alambique a fin de separar el alcohol del agua.

El alcohol obtenido se mete en barricas de robles, donde tiene lugar el envejecimiento, etapa durante la cual va adquiriendo su color en función del tipo de barrica utilizado. El envejecimiento debe durar al menos 3 años, requisito indispensable para obtener la denominación de whisky.

La diferencia entre los whiskies elaborados por pequeñas destilerías y los fabricados de forma industrial reside en el tiempo que permanecen en barrica. El proceso no deja de ser el mismo, pero los grandes grupos tienen cierta tendencia impacientarse cuando se trata de dejar reposar el whisky: el resultado por fuerza se hace sentir.

Se calcula que el primer aguardiente destilado a partir de cebada malteada nació en los albores del s. XVI, aunque hay que esperar hasta 1618 para tener la primera constancia escrita de consumo de whisky.

Tras la recesión económica de los años 80 –que se saldó con el cierre de numerosas fábricas–, los años 90 trajeron consigo un rebrote de interés por los single malts y la apertura de nuevas destilerías en el Speyside: una tendencia a la construcción y reapertura que prosigue en la primera década del presente siglo.

El 40% de las empresas del plástico de la Comunidad Valenciana invierten en I+D+i

El director general de Industria e Innovación, Bruno



Broseta, explicó ayer a los representantes del sector del plástico las líneas estratégicas en I+D+i que va a desarrollar la Consejería de Industria, Comercio e Innovación y que "van a favorecer el refuerzo de la innovación empresarial".

El director general de Industria e Innovación participó en la Jornada de presentación del Estudio del sector del Plástico de la Comunidad Valenciana, un informe elaborado por el Instituto Tecnológico del Plástico (AIMPLAS), miembro de la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (REDIT) y financiado por la Consejería de Innovación, Industria y Comercio.

Según este estudio, más del 40% de las empresas del sector del plástico invierten parte de sus recursos en participar en actividades de I+D+i para aumentar su competitividad. "Desde la Consejería hemos diseñado un Plan de Innovación 2008-2011 que pretende apoyar las actividades que las empresas de la Comunidad Valenciana desarrollen en innovación e incentivar la apuesta de los sectores por la I+D+i".

Este Plan diseñado por la Consejería de Industria, Comercio e Innovación se sustenta en tres pilares: el Plan de Competitividad de la Empresa Valenciana; el impulso de los programas de apoyo a la I+D+i industrial; y el refuerzo de las infraestructuras de apoyo a la I+D+i empresarial y, en especial, a la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana.

Durante su intervención, el director general de Industria e Innovación destacó la importancia de diferenciar entre la Investigación y Desarrollo y la Innovación. En este sentido, Broseta apuntó "la importancia de la Innovación como factor estratégico de la competitividad empresarial" e indicó que "la innovación, que se puede definir como nuevas ideas que generan un valor, es una cadena que consta de tres fases: la detección de oportunidades, la gestión de ese conocimiento y la valorización". "Desde la Consejería de Industria, Comercio e Innovación - continuó Broseta- vamos a fomentar estas acciones del proceso innovador a través de programas como la red I-creo de detección de oportunidades o el Cheque Innovación un instrumento ágil y flexible que permitirá a las empresas la contratación de servicios tecnológicos avanzados y la implantación de prácticas innovadoras en aspectos organizativos y de gestión empresarial".



Plásticos al servicio de la salud

Con alrededor de 15.000 millones de euros, los fabricantes alemanes de tecnologías médicas incrementaron su cifra de negocios en 2005 con respecto a 2004 en un 9%. Este atractivo mercado presenta también para los próximos años excelentes perspectivas de crecimiento, por lo que no es de extrañar que cada vez más empresas transformadoras de plástico entren en esta área de negocio.

En la feria K 2007, que se celebró del 24 al 31 de octubre de 2007 en Düsseldorf, las empresas que operan en este ámbito tuvieron la oportunidad de demostrar toda su competencia y know-how.

Eucomed, la Asociación Europea de la Industria de Tecnología Sanitaria con sede en Bruselas, calcula el mercado mundial de las

tecnologías médicas de hoy en día en 184.000 millones de euros. De ellos, 80.000 millones de euros se originan en Estados Unidos, 20.000 millones de euros en Japón, y unos 55.000 millones de euros en Europa, uno de los mercados de ventas de mayor expansión. América Latina no se encuentra en este listado, pero su potencial de desarrollo en este segmento es promisorio.

Actualmente, el porcentaje de plásticos en los productos médicos se cifra en un 50%. Sin ir más lejos, en 2006 se utilizaron en Alemania alrededor de 12.000 toneladas de plástico para la fabricación de productos médicos. Un informe de la revista especializada alemana de plásticos "Kunststoff Trends" indica que actualmente se transforman en todo el mundo más de 1,8 millones de toneladas de plástico para la industria de las tecnologías médicas.

Los denominados materiales estándar, como el polietileno (PE), el polipropileno (PP), el poliestireno (PS) y el policloruro de vinilo (PVC) son los más demandados en este ámbito y representan un 80% aproximadamente del consumo total. El 20% restante está compuesto por plásticos técnicos, como policarbonato (PC), poliamida (PA), poliuretano (PUR), poliéster (PET) y también copolímeros,

Las buenas perspectivas de futuro y de crecimiento continuo del sector de las tecnologías médicas para los próximos años abren las puertas a nuevos negocios. A principios de 2007, por ejemplo, la sociedad alemana Sartorius AG adquirió todas las participaciones de la empresa Toha Plast GmbH. Por su parte, la empresa bávara Rehau AG, con una larga tradición en el ámbito de las tecnologías sanitarias, ha creado con Raumedic AG una sociedad independiente dedicada exclusivamente a este sector de negocio, donde quiere crecer todavía más. La empresa Gerresheimer Glas AG ha optado por otra estrategia: ha adquirido recientemente la empresa Wilden AG, seguramente debido a su atractiva división "Medical Plastic Systems". Sartorius, Rehau, Gerresheimer Glas y todas las empresas que operan en el sector de la tecnología médica están convencidos de que en los próximos años este mercado seguirá creciendo a muy buen ritmo
www.plastico.com



Una holandesa idea un sistema para reutilizar bolsas de plástico

Caroli Buitenhuis firma un proyecto que podría llevar al ahorro de hasta 184 millones de bolsas de plástico en un año

Varios galardones y cientos de llamadas a esta holandesa han sido suscitados por su proyecto desde que éste se hizo público.

Se trata de una sencilla forma de evitar los efectos nocivos de las bolsas de plástico para el medio ambiente que, en países pobres -en palabras de Buitenhuis-, obstruyen los desagües, contribuyen a la propagación de enfermedades y causan la muerte de cabras y vacas.

La idea de esta mujer surge cuando se cansa de verse en supermercados sin una bolsa de plástico a mano teniendo en el armario de su cocina decenas. A raíz de esa situación se le ocurre colocar una bola en los supermercados en la que poder depositar las bolsas que sobran en casa. Un estudio hizo un sencillo diseño

para su bola y la colocaron, a modo de prueba, en cinco supermercados de la capital holandesa. 1 de cada 10 clientes cogió una bolsa de su bola de plástico.

Si este invento se extendiera a todo el país, se conseguirían reutilizar entre 27 y 54 millones de bolsas al año. Si a esto se le añadiera un poco de promoción, conseguirían ahorrarse hasta 184 millones. Este sistema, comenta su creadora, es mejor que reciclarlas porque implica transportarlas, quemarlas y producir más CO2.

Además de los premios recibidos, el Ayuntamiento de Amsterdam ha reconocido su proyecto haciendo pública su voluntad de instalar una de estas bolas en cada supermercado de la ciudad. Cuando el 2007 vea su ocaso, 450 supermercados del país tendrán una de estas bolas. Se ahorrarán alrededor de 1,4 millones de bolsas, 50 toneladas de basura y 300 de CO2.

* Para más información: www.tassenbol.nl



Industrias DEU, S.A.
Tel.902181101 - Fax: 937715641
www.deuplast.com - web@deuplast.com