

## Más participación en la campaña de promoción de los Mercados Municipales durante Navidad



La campaña de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, registró un incremento del 25% de los Mercados Municipales participantes, hasta llegar a unos 300 en toda España, con una implicación muy activa de los comerciantes. La campaña, celebrada por tercer año consecutivo y que forma parte de las actuaciones del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, ha incluido una serie de actuaciones para animar la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, contando para ello con el apoyo de Mercasa, la Confederación Española de Comercio, las Cámaras de Comercio, los responsables municipales y autonómicos en materia de comercio. Bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, la campaña ha realizado actuaciones de promoción y comunicación durante todo el mes de diciembre y la primera semana de enero. La campaña ha incluido también actuaciones a través de las redes sociales, con un fuerte aumento en el número de seguidores en Facebook (que se han multiplicado por seis respecto al año anterior) y Twitter, con un 45% más, mientras que en Pinterest el aumento ha sido superior al 200%. Como novedad, en esta ocasión se incluyó un vídeo viral que ha sido divulgado a través del canal Youtube para generar contenidos en Facebook y Twitter. Un canal que ha contado con cerca de 1.500 reproducciones.

## ANAPE clarifica la gestión y reciclado del poliestireno expandido en España



La Asociación Nacional de Poliestireno Expandido (ANAPE) clarifica y amplía las informaciones poco precisas respecto a las características del Poliestireno Expandido y su amplia gestión y reciclado en España después del anuncio de prohibición de productos de espuma de poliestireno en Nueva York a partir del 1 de julio. El poliestireno expandido, EPS por sus siglas en inglés (Expanded polystyrene), es un producto espumado procedente del “poliestireno expandible”, tiene un aspecto muy característico por su estructura en “bolitas” o “perlas” que luego aparecen moldeadas en productos como cajas, planchas, neveras etc... Coloquialmente conocido por Porexpan® (marca registrada) Porex®, Poliexpan o corcho blanco, suele ser confundido por el público en general con otro tipo de poliestireno espumado, procedente del poliestireno, que es extrusionado y termo-conformado posteriormente. Ambos productos son absolutamente reciclables y recogidos de manera separada del flujo de basuras tradicionales. En España, estos productos utilizados en el consumo doméstico se deben depositar en el contenedor amarillo, y así viene ocurriendo desde el año 1998, para posteriormente seguir los cauces habituales de reciclado dentro del Sistema Integrado de Gestión de Ecoembes.

## Más de 65.000 visitantes de 130 países en Fruit Logística 2015

La feria Fruit Logística 2015, que tuvo lugar del 4 al 6 de febrero en Berlín, contó con un total de 65.000 visitantes profesionales procedentes de 130 países. La feria contó en esta edición con 2.785 expositores de 83 países. En el caso de España, el mayor número de expositores procedía de la Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña.



## El sedentarismo es la clave del sobrepeso y no el exceso de energía

**E**l exceso de energía no es la clave para explicar la alta prevalencia del sobrepeso y la obesidad en España, según el estudio científico ANIBES, realizado por la Fundación Española de Nutrición, que revela el papel cada día más importante del sedentarismo y la falta de ejercicio físico en esta problemática. El estudio ANIBES incorpora como novedad el análisis de la energía aportada por un total de 16 grupos y 29 subgrupos de alimentos y bebidas. Según los resultados del estudio, el 85% de la energía total de la dieta diaria proviene de la ingesta de pan, aceite de oliva, carnes, bollería y pastelería, embutidos y otros productos cárnicos, leches, frutas, precocinados, verduras y hortalizas, granos y harinas, pescados y mariscos, pasta, quesos, legumbres, yogur y leches fermentadas, bebidas de baja graduación alcohólica y huevos, mientras que el 15% restante corresponde a la ingesta de refrescos con azúcar, chocolates, otros lácteos, otros aceites, zumos y néctares, salsas y condimentos, mantequillas, margarinas y mantecas, azúcar, cereales de desayuno y barritas de cereales, aperitivos, mermeladas y otros, otras bebidas sin alcohol, cafés y otras infusiones, bebidas de alta graduación alcohólica, otros dulces, suplementos y sustitutos de comidas, vísceras y despojos, refrescos sin azúcar y agua.

Según los datos del estudio ANIBES, la ingesta media actual de energía de la población española es de 1.820 Kcal/día por persona, una cantidad muy inferior a la que indican otros estudios anteriores, que registraron, por ejemplo, un consumo medio de 2.609 Kcal/día en 2010 y de 3.008 Kcal/día en 1964. En paralelo, la última Encuesta Nacional de Salud del Instituto Nacional de Estadística (INE), llevada a cabo en 2013, indica que un 41,3% de la población no realiza ningún tipo de actividad física en su tiempo libre.

## Checkpoint ofrece nuevas soluciones de radiofrecuencia de desactivación en el punto de venta

**C**heckpoint Systems acaba de lanzar sus nuevas soluciones RF/RFID de desactivación en el punto de venta para ofrecer a los centros comerciales y a las tiendas especializadas en moda una visibilidad de la mercancía precisa y fiabilidad en la prevención de la pérdida desconocida. El objetivo de usar la tecnología RFID en el punto de venta es la simplificación del proceso de cobro, manteniendo la precisión del inventario y la desactivación de las etiquetas RFID en los productos adquiridos para garantizar la integridad de la alarma. CPID-RFID permite a los minoristas procesar etiquetas RFID en el punto de venta para conseguir una mayor visibilidad de la mercancía mediante la activación de nuevos pedidos y la reposición de existencias cuando sea necesario.

## Berlys lanza al mercado sus Empanadillas Argentinas

**B**erlys acaba de poner a la venta sus nuevas Empanadillas Argentinas, siguiendo los procesos tradicionales y artesanos de la genuina receta criolla. Las Empanadillas Argentinas de Berlys se presentan en las dos variedades más representativas de este snack salado: la Empanadilla Argentina Criolla y la Empanadilla Argentina de Pollo. Gracias a sus características, estas empanadillas son productos polivalentes para su venta y servicio en panaderías, pastelerías, tiendas especializadas y en establecimientos de hostelería y restauración.



## Abierto el plazo de inscripción en Fruit Attraction 2015, que se celebrará del 28 al 30 de octubre

**E**l plazo de inscripción en la VII edición de la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction, que se celebrará del 28 al 30 de octubre en el recinto ferial Ifema en Madrid, permanecerá abierto hasta el 10 de abril. En esta próxima edición, los organizadores de la feria pretenden consolidar a Fruit Attraction como la mejor plataforma para toda la producción europea, profundizando en la calidad y capacidad de compra de sus visitantes, no solo europeos sino ampliando a nuevos mercados fuera del ámbito de la Unión Europea, con el objetivo de servir de herramienta para dar a conocer la calidad y diversidad de los productos españoles y europeos. En la pasada edición de Fruit Attraction, del total de las 834 empresas expositoras (un 25% más que en 2013), destacaron las procedentes de Francia, Italia, Polonia y Portugal, y de los 40.528 profesionales de 88 países (un 16% más), los llegados de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Países Bajos, Polonia y Portugal significaron el 74% del total de visitantes de fuera de España, lo que confirma a Fruit Attraction, como en un evento comercial clave para la producción europea.

## El salón H&T se celebrará de manera conjunta con el I Congreso Sabor a Málaga y el II Foro Gastroarte

La ciudad de Málaga se convertirá entre el 15 y el 17 de marzo en centro de la excelencia gastronómica con la celebración conjunta de H&T, el Salón del Equipamiento, Alimentación y Servicios para Hostelería y Turismo; la primera edición del Congreso “Sabor a Málaga” y la segunda edición del Foro Gastroarte. Durante tres días, el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) aglutinará al tejido empresarial y profesional vinculado a la hostelería desde el punto de vista del equipamiento, la gastronomía y su contribución a la industria turística. De esta forma, H&T, posicionado como el evento de referencia en equipamiento y servicios para la hostelería en el sur de España, incorpora dos encuentros vinculados a la gastronomía y la agroalimentación, convirtiendo a la capital en un polo de la promoción y difusión del producto andaluz, y particularmente malagueño, como distintivo de calidad y excelencia.



## Angel Mir distribuye las puertas súper rápidas Novosprint Hygienic

Angel Mir distribuye en España y Portugal las puertas súper rápidas Novosprint Hygienic de la marca alemana Butzbach, que cumplen con la normativa europea, se abren horizontalmente y son adaptables a todo tipo de situaciones. Las puertas súper rápidas Novosprint Hygienic han sido desarrolladas para los requerimientos y necesidades de la industria alimentaria y farmacéutica, así como otros sectores con una alta exigencia a nivel de higiene, como el cárnico o los laboratorios. La alta velocidad de las puertas Novosprint Hygienic, con hasta 2 metros por segundo, las convierte en la mejor opción para áreas entre diferentes temperaturas, como entre las zonas de almacenamiento y de procesamiento.

## Grupo GP lanza su proyecto Top Ahorro Inteligente

Grupo GP, empresa dedicada a la señalización integral en el punto de venta, acaba de lanzar su proyecto Top Ahorro Inteligente, una selección de productos estándar que ya fabrica, y que puede ofrecer a sus clientes a precios muy reducidos. Grupo GP, que cuenta con diferentes sedes en España, Italia y Portugal, continúa realizando proyectos a medida para marcas, fabricantes y distribución minorista, gracias al crecimiento del equipo de diseñadores, creativos, y equipo técnico.



## Promoción de la IGP Tomate La Cañada en Fruit Logística

La Indicación Geográfica Protegida (IGP), Tomate La Cañada, cultivado en Los Llanos de la Cañada y Níjar, estuvo presente en la feria Fruit Logística 2015, que tuvo lugar del 4 al 6 de febrero en Berlín, con la participación de cinco empresas que forman parte del Consejo Regulador de la IGP: Agroponiente, Vegacañada y Biosabor que trabajaron en la feria con stand propio y, Parquenat y Casur, que lo hicieron en el de Unica Group, a la que pertenecen. Las empresas del Consejo Regulador aprovecharon para informar sobre las cualidades y beneficios del Tomate La Cañada, único con denominación de origen en España y del que tan solo existe una más en Europa.



## Uvasdoce presenta su nuevo catálogo de variedades en Fruit Logística

Uvasdoce presentó su nuevo catálogo de variedades durante su participación en la feria del sector de frutas y hortalizas Fruit Logística 2015, en Berlín. Estas nuevas variedades de uvas, cuatro de uvas blancas sin semillas y dos de uvas rojas sin semillas, ayudarán a ampliar el periodo de producción de uvas sin semillas de la empresa alicantina, ya que entre ellas hay variedades muy tempranas y otras muy tardías. Asimismo, Uvasdoce aprovechó su presencia en el stand de la Generalitat Valenciana en Fruit Logística para dar a conocer la imagen de su línea más exclusiva, Uvasdoce Premium.



## VOG promociona la manzana Envy en Fruit Logística

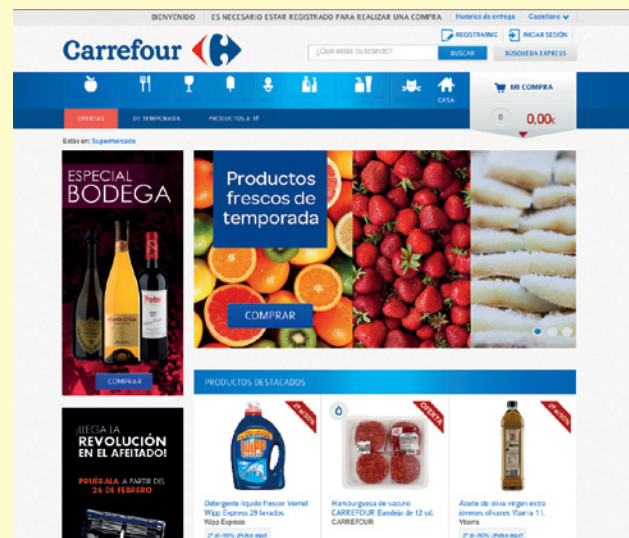


El Consorcio de las cooperativas hortofrutícolas de Tiro del Sur, VOG, promocionó la manzana Envy entre los asistentes a Fruit Logística 2015, que tuvo lugar del 4 al 6 de febrero en Berlín. Esta variedad Scilate/Envy, nacida en Nueva Zelanda de la hibridación natural entre Gala y Braeburn, pertenece al grupo de manzanas más dulces y crujientes, y se distingue por sus excelentes propiedades organolépticas. Según la marca, Envy está consiguiendo un éxito rotundo en los mercados debido a su sabor azucarado, su piel roja veteada y su carne crujiente y jugosa.

## Los precios en los supermercados online en España suben un 0,4% en 2014

Los precios de los productos en los supermercados online en España se elevaron un 0,4% en 2014, según se desprende del análisis de precios realizado por Soysuper.com, agregador de supermercados por Internet. En el análisis realizado se han tenido en cuenta los precios de la totalidad de los productos (108.000), tanto marca de fabricante como marca de distribución, de los seis principales supermercados online en España (Alcampo, Carrefour, Condis, El Corte Inglés, Eroski y Mercadona) en el último año.

En cuanto al análisis de la evolución de precios en los supermercados por Internet, se desprende que a principios del 2014 el aumento anual de precios era de 1,2% para caer luego hasta el 0% en septiembre 2014, y subir hasta el 0,4% en diciembre 2014, por lo que de momento no hay deflación en los precios de la gran distribución en España. El estudio muestra que algunos supermercados cuentan con una estrategia de reducción de precios, como es el caso de Mercadona y Condis, donde los precios caen el 1,5% de media, y de Eroski, donde bajan el 1% de media en 2014.



## Koama lanza su Brocheta 100% Pechuga de Pollo

**K**oama, la firma gallega del Grupo Ingapan, acaba de poner a la venta su Brocheta 100% Pechuga de Pollo, un aperitivo 100% versátil. Las piezas, con un peso de 25 gramos cada una, están elaboradas con la parte más tierna del pollo y con un rebozado extracrujiente por medio de un proceso completamente natural. Por otra parte, Koama está apostando por una tarifa de precios muy ajustada, con rebajas que alcanzan el 30% en algunos de sus productos, gracias a las mejoras en sus procesos de producción y a la adquisición de mayor volumen de compra.



## El consumo de roscones en España superó los 26 millones de unidades las pasadas Navidades

**E**l consumo de roscones en España durante las pasadas Navidades superó los 26 millones de unidades, según las estimaciones de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), cuyos asociados elaboraron el 40% del total (más de 10,5 millones), con un crecimiento del 3% frente al pasado ejercicio. Según fuentes de ASEMAC, el Roscón de Reyes más demandado por los consumidores españoles sigue siendo el que se elabora a partir de la receta original, con masa brioche, con o sin relleno. Pero la tradición no tiene por qué estar reñida con la innovación, por ello cada vez hay más consumidores que optan por adquirir roscones de Reyes rompedores e innovadores, como el “Roscón Invertido”, en el que el consumidor degusta primero el relleno y después la masa, o el Roscón de Reyes con crema tostada o con té verde japonés, entre otras tantas variedades. Otra de las tendencias de consumo que viene abriéndose paso desde hace unos años es aquella relacionada con el formato y que consiste en comprar roscones con gramajes más pequeños que los que se han venido comercializando hasta ahora.

## STEF cumple 25 años en España

**E**l pasado 22 de enero, STEF, el especialista europeo en la logística del frío, conmemoró su 25º aniversario en España. Todos los colaboradores de STEF se unieron en una celebración conjunta en la que se recordó la evolución y el papel de STEF Iberia a lo largo de su historia. STEF Iberia cuenta con más de 1.900 colaboradores repartidos en 22 plataformas multi-temperatura, lo que representa una capacidad de más de 1.500.000 m3. El importe neto de la cifra de ventas de STEF Iberia del ejercicio 2013 correspondiente a las actividades de servicios logísticos se situó en 195,8 millones de euros. A este volumen de negocio hay que añadir la cifra de venta asociada a operaciones de naturaleza no logística que ascendió a 33,2 millones de euros.



## Los campeones de piragüismo Iván Alonso y Rubén Millán visitan Kiwi Atlántico

**E**l pasado 12 de febrero los dos campeones gallegos de piragüismo del Kayak Tudense, Iván Alonso y Rubén Millán, visitaron las instalaciones de Kiwi Atlántico. José Carlos Vila, gerente de la empresa, aseguró que “Iván y Rubén encajan perfectamente en la filosofía de la empresa: el esfuerzo y la dedicación son siempre garantía de conseguir la meta”. Por su parte, Iván Alonso, agradeció públicamente el apoyo de Kiwi Atlántico. “Es muy complicado conseguir que una empresa privada refuerce de esta manera un deporte minoritario como el piragüismo y Kiwi Atlántico lo está haciendo”.