

Mercasa impulsa en Fruit Attraction 2016 el debate sobre la Merca del futuro

Mercasa tendrá una presencia destacada en Fruit Attraction 2016, que se celebra entre el 5 y el 7 de octubre, en el recinto ferial de Ifema en Madrid. El stand de Mercasa (Pabellón 3, stand 3C02) incluirá una exposición sobre el 50 aniversario de la empresa, que se conmemora en 2016. La exposición incluirá imágenes y hechos destacados sobre la evolución del comercio en general y la actividad de Mercasa y las Mercas en particular. Asimismo, se informará sobre las estrategias en marcha para impulsar la Merca del futuro, un proyecto que favorecerá la adaptación de la oferta comercial y de servicios logísticos que acogen las Mercas a las necesidades actuales y futuras de la distribución minorista en todos sus formatos, la hostelería y la restauración, y las empresas de consumo institucional, tanto en alimentos frescos como no perecederos. Con este mismo objetivo, Mercasa organizará en el marco de Fruit Attraction 2016, en Foro Innova, una mesa de debate sobre la Merca del futuro.



Joan Llonch, reelegido presidente de la Asociación de Concesionarios de Mercabarna

El empresario hortofrutícola Joan Llonch, ha sido elegido por unanimidad y por quinta vez consecutiva, presidente de la Asociación de Concesionarios de Mercabarna (Assocom), que agrupa casi a la totalidad de las empresas que operan en el polígono alimentario de Mercabarna y los gremios mayoristas de los Mercados Centrales de Fruta y Hortaliza, y el Pescado y Marisco. Las empresas de Mercabarna reunidas en la asociación cerraron 2015 con una facturación total de 5.006 millones de euros.

Técnicos de Mercasa y Mercamálaga forman en Angola a los profesionales del nuevo mercado mayorista de Luanda



Un equipo de técnicos de Mercasa y Mercamálaga han ofrecido en Angola, durante el mes de junio, una nueva fase de formación a los 42 técnicos y profesionales que serán responsables de la gestión de nuevo mercado mayorista de Luanda, la capital del país. Esta formación refuerza la que se inició en Mercamálaga en octubre de 2015, para poner en práctica, sobre el terreno, la formación necesaria en materia de logística, contabilidad, normativa, derecho, higiene alimentaria, control sanitario, seguridad, marketing y mantenimiento, entre otras disciplinas. El mercado mayorista de Luanda, denominado CLOD, agrupa las naves de pescados, frutas y hortalizas, carnes y servicios, entre otras actividades; cuya puesta en marcha contribuirá a mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria en Angola.

Biosabor comienza a comercializar papaya ecológica

La empresa hortofrutícola ecológica Biosabor, ubicada en San Isidro de Níjar (Almería) ha dado un salto hacia la fruta tropical, comenzando a comercializar en esta campaña papaya ecológica, que contiene un concentrado de vitaminas (A, C, E,) y antioxidantes. Las primeras papayas almerienses se presentarán en la feria Fruit Attraction, que se celebrará de Madrid entre el 5 y el 7 de octubre, en la que Biosabor estará presente con un stand de diseño propio, el 5B01B, ubicado en el Pabellón 5 de Ecológico de la feria.



Primera edición del Summer Camp de empleabilidad de Aecoc



El pasado 12 de julio se celebró en Madrid la primera edición del Summer Camp del Gran Consumo, organizado por la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC). De un lado, 15 de las principales empresas del sector representadas por sus responsables de Comunicación y Recursos Humanos; del otro, un centenar de jóvenes talentos menores de 30 años seleccionados por la citada organización. El objetivo: la mejora de la captación de universitarios por parte de las compañías y el aumento de las posibilidades de empleabilidad para aquéllos. El Summer Camp del Gran Consumo será a partir de ahora el punto de encuentro entre los estudiantes de 34 universidades españolas y 15 de las mayores empresas fabricantes y de la distribución. Se inscribe asimismo en el Pacto por el Empleo Juvenil, al que ya están adscritas 27 compañías del sector. El proyecto ya ha generado más de 8.000 empleos durante los últimos cuatro años.

Henry Sicilia Hernández, nuevo presidente de Asprocan

Henry Sicilia Hernández ha sido elegido presidente de la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan), durante la Asamblea General Ordinaria de la entidad, celebrada el pasado 20 de abril en la capital tinerfeña. El nuevo titular viene a relevar a Santiago Rodríguez Pérez, que ha estado al frente de la asociación desde 2012. Tras su elección, Sicilia insistió en la necesidad de preservar la unidad del sector como elemento clave en un momento en el que se está ante retos de gran envergadura en el terreno de la comercialización del plátano y la competencia en el sector de la alimentación.

Competencia autoriza la compra de Panrico por Bimbo

Las autoridades de competencia en España y Portugal han dado luz verde a Bimbo para adquirir Panrico y vender determinados activos de la categoría de pan de Panrico a Adam Foods, fabricante de marcas como Cuétara, Artiach, La Piara, Granja San Francisco, Phoskitos, y Aneto. El cierre de estas operaciones está únicamente sujeto a la resolución favorable del Tribunal Supremo, con respecto a la impugnación de la validez del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que Panrico ejecutó en 2013. En concreto, Bimbo ha obtenido la autorización de la Autoridad de Competencia de Portugal, tras recibir la aprobación hace unas semanas por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en España.

Mercazaragoza obtuvo un beneficio de 1,1 millones de euros en 2015

Mercazaragoza obtuvo un beneficio antes de impuestos de 1,1 millones de euros en 2015, cifra similar a la del año anterior, y terminó el ejercicio con una cifra de negocios de 15,62 millones de euros. En 2015, el mercado de frutas y verduras de Mercazaragoza comercializó 94.659 toneladas, un 36% más que el ejercicio anterior, mientras que en el de pescados el repunte se cifró en un 6%, con 23.213 toneladas de pescados y mariscos frescos y congelados. En cuanto a la actividad del Matadero, se registró un volumen de sacrificio de 38.082 toneladas, un 4,75% más que el pasado año. En el ejercicio 2015 sigue destacando la actividad exportadora de esta unidad de negocio, que supone un 24% del total de lo comercializado.



El Salón H&T se celebrará del 19 al 21 de marzo de 2017 con el reto de superar el número de visitantes



El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) acogerá del 19 al 21 de marzo de 2017 una nueva edición del Salón del Equipamiento, Alimentación y Servicios para Hostelería y Turismo, H&T, el gran escaparate sectorial de la hostelería y la hotelería del sur de España dirigido a empresarios y profesionales que deseen conocer de primera mano las últimas tendencias en equipamiento, alimentación y demás industria auxiliar vinculada a estas actividades. El evento se propone en 2017 afianzar la marca H&T, poner en valor su larga trayectoria como evento referente en el sector y lograr una mayor presencia del sector hotelero. En 2016 acudieron a H&T un total de 8.700 profesionales y más de 200 empresas proveedoras de servicios y equipamiento para hostelería y hotelería.

“Fresas de Europa” presenta el primer “Fresetario”

La campaña “Fresas de Europa, Vive la Roja” ha lanzado este año su primer “Fresetario”, una publicación digital que recopila una selección de recetas con fresas elaboradas por destacados bloguer@s. Este “Fresetario” reúne una amplia variedad de propuestas gastronómicas que demuestran la gran versatilidad que tiene la fresa para elaborar recetas sabrosas y naturales: platos dulces, salados, fríos y calientes. La ha sido promovida por la asociación interprofesional de la fresa andaluza Interfresa y con la colaboración de la Unión Europea y del Ministerio de Agricultura.



Los asociados de ASEMAC aumentan su producción un 5% en 2015

Felipe Ruano, Presidente de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), junto con Fernando Burgaz, Director General de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, presentaron los datos anuales del sector. Durante su intervención, Ruano indicó que “la producción de pan, bollería y pastelería congelada de los asociados de ASEMAC en el año 2015 alcanzó un volumen de 895 millones de Kg., lo que supuso un crecimiento del 5% respecto al año anterior. En facturación, las ventas de estos productos congelados por parte de los miembros de ASEMAC se elevaron hasta 1.183 millones de euros. El pan, dentro de esta actividad de los socios de ASEMAC, supuso el 84% en términos de volumen y casi el 67% en valor”.



El “Momento Aperitivo” español se comparte, es moderado y tiene lugar por la tarde

La Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) ha impulsado un nuevo estudio para conocer los hábitos y actitudes del consumidor español ante los productos de aperitivo, de forma proactiva, en su afán de tomar el pulso al sector. Entre las principales conclusiones del estudio, cabe destacar el rol sociabilizador de los aperitivos: el “momento aperitivo” de los españoles es compartido con familiares y amigos, moderado (cantidades entre 30 y 50 g.) y se produce, eminentemente, por la tarde y por placer (se presta una especial atención al sabor y al disfrute). Estas variables se mantienen en todos los segmentos geográficos y de edad contemplados en el estudio. Los productos de aperitivo aún dentro de esta categoría de alimentos las patatas fritas, productos de aperitivo a base de cereales como el maíz, trigo, arroz, centeno, etc. (palomitas de maíz, tortillas, chips, tortitas y aperitivos fritos y extrusionados), los frutos secos (almendra, avellana, nueces, cacahuete, pistachos, piñones, pecanas, anacardos, macadamias), semillas como las pipas de girasol o de calabaza, y las frutas desecadas (ciruelas, uvas pasas, dátiles, higos secos, orejones de albaricoque). Los productos aperitivo, además, se sitúan como la tercera categoría en facturación del mercado de gran consumo con más de 1.200 millones de euros en 2015.

Kiwi Atlántico recibe el premio Galicia Alimentación 2016

La empresa gallega Kiwi Atlántico ha recibido el premio Galicia Alimentación 2016 en el apartado de mejor trayectoria empresarial. El galardón fue entregado en el marco de las jornadas Foro Galicia Alimentación, organizadas por el Clúster Alimentario de Galicia (CLUSAGA). Kiwi Atlántico nació en 1988 de la unión de 30 kiwicultores de Galicia y Asturias. Actualmente tiene más de 70 socios y 20 productores colaboradores, agrupando explotaciones de diversas dimensiones.



Sigue creciendo el consumo de salmón en España

El Consejo de Productos del Mar de Noruega (NORGE) ha realizado un análisis sobre el consumo de pescados y mariscos en España, con 2.859 encuestas, realizadas en todo el territorio nacional. En los resultados se aprecia una tendencia a la baja en los parámetros globales del mercado español, que convive con una elevada frecuencia de consumo de pescados y mariscos, donde el 70% de los encuestados manifiesta ingerirlo dos veces por semana, y el 90% lo consume por lo menos una vez a la semana. El análisis llevado a cabo por NORGE detalla los cambios en la sociedad española, con una bajada generalizada del tiempo dedicado a hacer la compra y a cocinar en casa, con una consecuencia directa en el hecho de que, actualmente, se consuman más pescados y mariscos en forma de tapas, como entrante o en raciones más pequeñas. La tendencia bajista de la merluza contrasta con la del salmón, que aumenta su presencia en las mesas españolas. Si en 2012 al mercado español llegaban 50.000 toneladas de salmón, en 2015 esta cantidad se ha elevado hasta las 65.000 toneladas. Un incremento que le ha llevado, incluso, a superar al bacalao.



Los consumidores jóvenes y los hogares unipersonales, los que más alimentos desperdician



El primer “Estudio sobre Hábitos de Aprovechamiento de Alimentación en los Españoles” elaborado por AECOC, la Asociación de Empresas de Gran Consumo, muestra que son los consumidores jóvenes los que más alimentos tiran a la basura en su hogar. En concreto, el estudio señala que el 20% de los jóvenes de entre 25 y 34 años afirma desperdiciar “bastante” o “mucho”, mientras que ese porcentaje se va reduciendo a medida que aumenta la edad del consumidor hasta llegar a solo el 8% en el caso de las personas que se encuentran en la franja de edad superior, entre 55 y 65 años. El estudio muestra que son los hogares unipersonales los que más alimentos desperdician, al contrario de aquellos formados por una pareja con hijos, que son los que menos desechan. Además, los hogares en los que la persona responsable de las compras trabaja fuera del hogar presentan pautas de desperdicio más elevadas, muy alejados de los encabezados por parados y pensionistas. El 70% de los españoles afirma que desechan alimentos porque olvidan los productos en la nevera, en la despensa o en el congelador de manera que caducan, se estropean o no resultan del todo fiables para el consumidor.

Cada español consumió 20,3 litros de zumo en 2015

El mercado español de zumos y néctares en 2015 fue de 941 millones de litros, un 2,7% menos que en 2014. Este volumen supone casi un 10% del mercado total europeo de zumos y néctares, con un consumo per cápita de 20,3 litros/persona. Esto indica la posición relevante de España dentro de Europa, donde la media ronda los 19 litros por persona y año. En cuanto a los sabores más demandados, la naranja sigue siendo la principal con un 30% del consumo, seguida de la piña y el melocotón (18% cada uno), y a continuación vendrían los multifrutas con el 15% del mercado y ya más alejada la manzana con un 3%. Estos datos se desprenden del estudio de la Asociación de la Industria de Zumos y Néctares de la UE, presentado por el presidente de Asozumos, Javier Lorenzo, con motivo del Día Mundial del Zumo 2016, que se celebró el pasado 30 de mayo con una jornada en la sede del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



Frutas Valverde Córdoba, ubicada en Mercacórdoba, premiada en los III Premios de Comercio Interior de Andalucía

La empresa cordobesa Frutas Valverde Córdoba S.L., cuyas instalaciones de administración, almacenaje y elaboración se encuentran situadas en Mercacórdoba, ha resultado premiada en los III Premios de Comercio Interior de Andalucía, en la categoría de galardón a la empresa comercial andaluza de más de cinco trabajadores. Acompañado por 60 integrantes de la unidad alimentaria de Mercacórdoba, José Valverde Reus, gerente de esta empresa familiar, fue el encargado de recoger el premio entregado por el consejero de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía, José Sánchez Maldonado. Frutas Valverde Córdoba S.L. se dedica a la transformación y comercialización de productos hortofrutícolas, que cuenta en la actualidad con 14 puntos de venta y 64 trabajadores, y ya se posiciona como una de las más importantes de toda su comunidad autónoma.

Anape renueva su página web con cuatro sites individuales

La Asociación Nacional de Poliestireno Expandido (Anape), acaba de renovar su página web convirtiéndose en cuatro sites individuales conectados directamente entre ellos. Con esta actualización, Anape recoge toda la información que antes se reflejaba en una única web en cuatro, sin perder sus objetivos principales, pero ampliando de forma notable el contenido y facilitando el acceso a él según su temática.



Crece el consumo de cerveza, la bebida con mayor impacto en la hostelería



En 2015, las ventas de cerveza aumentaron un 3,1% respecto al año anterior, lo que representa el mayor crecimiento que ha experimentado el sector desde 2006, antes del inicio de la crisis económica. En concreto, las compañías del sector cervecero en España comercializaron cerca de 33,3 millones de hectolitros, aumentándose la producción de cerveza en un 4%. Este dato sitúa a España como cuarto productor dentro de la Unión Europea y undécimo a nivel mundial. Las exportaciones de cerveza elaborada por las compañías en España aumentaron en 2015, por sexto año consecutivo, con un aumento del 28,6% respecto al ejercicio anterior. En total, se comercializaron en el extranjero 2,3 millones de hectolitros. El consumo de cerveza por los españoles en locales de hostelería se incrementó en 2015 un 6% respecto al año anterior y las ventas de cerveza al canal hostelero aumentaron en 2015 en un 3,2%. En el contexto del consumo de cerveza en bares y restaurantes destaca la importancia del binomio cerveza-tapa en España. De hecho, hasta un 84% de los españoles toman la cerveza acompañada de algo de comer.

Nueva gama de vehículos para entornos ATEX de Linde Material Handling Ibérica



Linde MHI ha lanzado una nueva gama específica de vehículos antideflagrantes con tecnología de última generación, diseñados para manipular mercancías en ambientes potencialmente explosivos por gases, polvo o niebla, o zonas ATEX. Esta nueva gama ha sido diseñada con importantes medidas de seguridad para trabajar en condiciones extremas, ofreciendo a su vez las máximas garantías. Los vehículos antideflagrantes de Linde cuentan con tecnología de última generación y son fabricados en Proplan, una factoría de Linde ubicada en Alemania.

Los envases de SIG Combibloc llevarán la etiqueta FSC

A partir de agosto, todos los envases de cartón SIG Combibloc para alimentos y bebidas podrán etiquetarse con el logo del FSC gracias a una red global de proveedores de cartón certificados conforme a los criterios del Forest Stewardship Council (Consejo de Administración Forestal/FS®). SIG Combibloc garantiza así que se han adquirido suficientes cantidades de madera de bosques gestionados de forma responsable y certificados FSC para la fabricación de cartón sin procesar, de forma que todos los clientes en todo el mundo puedan sacar al mercado, ahora y en el futuro, envases de cartón SIG con la etiqueta FSC.



Dulce Anna, la versión más dulce de Anna de Codorníu

Anna de Codorníu ha presentado su nueva versión Dulce Anna. Este nuevo cava mantiene en espíritu la esencia de Anna de Codorníu y se compone del mismo coupage: predominantemente Chardonnay con un toque de las tres variedades tradicionales: Macabeo, Xarel.lo, Parellada, pero en una versión dulce.

Nuevas añadas de la gama Princeps de Canals & Munné

Canals & Munné, bodega de Sant Sadurni d'Anoia que celebra su 100 aniversario, presenta las nuevas añadas de sus vinos Blanc Princeps Muscat, Gran Blanc Princeps y Rosé Princeps. Vinos jóvenes y singulares, amparados por la Denominación de Origen Penedés, de cuidada elaboración y gran potencia frutal. El Blanc Princeps Muscat 2015 es un vino monovarietal de muscat. Por su parte, el Gran Blanc Princeps 2015 es un monovarietal de xarel.lo, elaborado de viejos viñedos de más de 50 años. Finalmente, el Rosé Princeps 2015 ha sido elaborado con un cuidado coupage de pinot noir y merlot.

La aceituna alorenña de Málaga celebra sus XVI Jornadas Técnicas

El Consejo Regulador de la DOP Aceituna Alorenña de Málaga y la Asociación de Aderezadores celebraron el pasado 16 de junio las XVI Jornadas Técnicas Aceituna Alorenña de Málaga. Las jornadas fueron inauguradas por Mateo Bellido, Presidente del Consejo Regulador de la DOP Aceituna Alorenña de Málaga; Félix Lozano Narváez, Alcalde de Pizarra y Diputado Provincial; Víctor Castillo González, presidente del GDR Valle del Guadalhorce; y Francisco Javier Salas Ruiz, Delegado Provincial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. Entre las ponencias presentadas se incluyeron diferentes estudios realizados en el último año sobre microorganismos patógenos y mejora del color en las aceitunas; desarrollo de sistemas de decisiones basados en las características físico-químicas y microbiológicas de las Alorenñas; así como el etiquetado y normativa de alérgenos. La jornada concluyó con la presentación de la nueva imagen de la DOP.

Aumenta la cifra de negocio logística de STEF Iberia

El importe neto de la cifra de negocio ligada a los servicios logísticos de STEF en la península ibérica alcanzó los 213,9 millones de euros en 2015, un 2,8% más que en 2014. A este volumen de negocio se añade la cifra de venta asociada a operaciones de carácter no logístico, que ascendió a 50,8 millones de euros. En 2015, el operador aumentó en 17.000 metros cuadrados la superficie operativa en Madrid, con una ampliación de la plataforma madrileña de Getafe, que ha ido acompañada de un plan de especialización de sus centros logísticos, tras el inicio de actividad en las nuevas instalaciones de Carrefour en Torrejón de Ardoz en octubre de 2015.

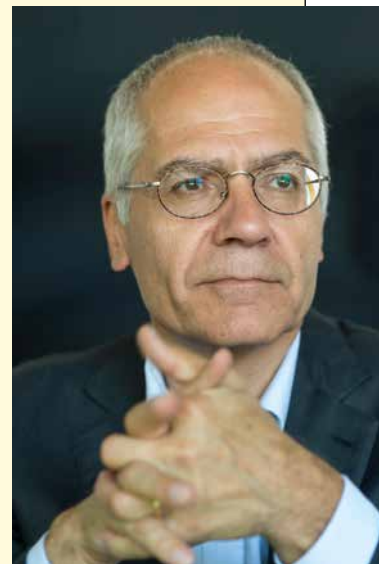
Postres Reina amplía su gama de yogures con dos nuevas especialidades

Postres Reina amplía su gama de productos con dos nuevas especialidades de yogur. Así, lanza el pack de dos y cuatro unidades en las categorías de Bifidus y Yogur Estilo Griego. El objetivo de la marca es hacerse un hueco en los lineales, lanzando productos de gran calidad y a un precio competitivo. Los Yogures Estilo Griego, en pack de dos y cuatro unidades, y los Bifidus, en pack de cuatro unidades, son los formatos elegidos por Postres Reina para continuar su andadura por esta nueva categoría, que ya inició en el año 2015 con los Yogures combis y los Yogures de 500 gramos.



VOG se muestra satisfecha por los últimos meses de campaña

El Consorcio de productores de manzanas VOG ha hecho balance positivo de su temporada. El director del consorcio, Gerhard Dichgans, ha destacado la “excelente demanda de todas las variedades rojas y bicolors”, y el buen comportamiento de las manzanas Pink Lady® y Kanzi®, que “se han agotado un mes antes que el año pasado”. Respecto a las previsiones para la nueva temporada, Dichgans augura una cosecha “satisfactoria” para 2016, mejor que la de 2015 gracias al “florecimiento precoz y una buena fructificación”, pero por debajo del record alcanzado en 2014.



Abierto el plazo de matriculación para la VII Edición del Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias



La Fundación LAFER y Nebrija Business School-Universidad de Nebrija han abierto el plazo de matriculación para la VII Edición del Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias (MGEA). Este curso de postgrado, que comienza en octubre, forma parte del programa de alta formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. El objetivo principal de este programa formativo es aportar los conocimientos y las claves de la gestión necesarias para una empresa o cooperativa agroalimentaria de forma que le permita afrontar los retos que se presentan en el marco actual. Para ello, los alumnos se forman en aspectos como el marco de actuación del sector, el desarrollo de habilidades directivas y de gestión, la orientación hacia la internacionalización, la introducción de nuevas políticas comerciales o en la importancia de la innovación.

Eurobanan rediseña la web de Isla Bonita

Eurobanan acaba de renovar la web de Isla Bonita (www.islabonitatropicalfruit.com), la marca de frutas tropicales y exóticas, con un diseño más dinámico, fresco y con nuevas funcionalidades. La web se estructura en seis bloques: Empresa y Origen, Nuestras Frutas, Gamas, Nutrición y Salud, Recetas y Actualidad. Entre sus nuevas funcionalidades destacan el buscador intuitivo de frutas según tipo fruta, tiempo de conservación, sabor o cantidad de azúcares, o el localizador de recetas, clasificadas en función de la fruta utilizada, temperatura del plato, momento del día o tipo de receta.



Manzaning, una aplicación para potenciar el comercio de barrio



Con el objetivo de ofrecer una alternativa a los pequeños comercios locales para ganar en competitividad y dar una solución a la complicada logística personal de muchos consumidores, llega al mercado la aplicación para móviles Manzaning. Se trata de la primera app que pone en contacto al cliente con el pequeño comerciante local y le permite volver a comprar en sus establecimientos de barrio preferidos disfrutando así de la calidad, la atención personalizada y la confianza de la tienda de siempre. Esta propuesta, lanzada por Eva Tomás y Jaume Viñals, acaba de estrenarse en Barcelona, cuenta con más de 500 tiendas afiliadas y tiene previsto implantarse próximamente en Madrid y otras ciudades españolas antes de abrirse al mercado europeo.

Primar Ibérica presenta el gofre sin gluten de Try Delice

La importadora de productos lácteos, confitería y snacks Primar Ibérica, con sede en Sant Adrià de Besòs (Barcelona), presentó el nuevo gofre sin gluten de la marca alemana Try Delice en la feria Alimentaria 2016. El nuevo gofre sin gluten de Try Delice está especialmente pensado para que las personas con intolerancia al gluten y/o enfermedad celíaca puedan disfrutar de este dulce.



La Federación Madrileña de Detallistas de la Carne celebra su 85 aniversario



La Federación Madrileña de Detallistas de la Carne, Fedecarne, ha celebrado su 85 aniversario. “Con más de 1.700 asociados, es decir, el 60% de empresas especializadas del sector de la carnicería-charcutería, Fedecarne es una de las asociaciones sectoriales más antiguas y representativas de Madrid”, como destacó José Folgado Álvarez, Presidente de Fedecarne. La conmemoración se celebró en el Museo del Traje de Madrid, y contó con más de 500 asistentes entre autoridades, organizaciones, instituciones, colaboradores, personalidades, asociados y prensa.

El negocio de la carnicería-charcutería en Madrid supone un importante impulso para la economía regional, ya que cuenta con cerca de 3.000 establecimientos en la Comunidad de Madrid. En este sentido, tanto Carmen Cárdeno, directora general de Comercio Interior; como Manuel Molina, viceconsejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, y María Concepción Díaz de Villegas, directora general de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, coincidieron en su importancia como motor económico generando empleo y creando riqueza.

Durante la gala, Fedecarne rindió un especial y homenaje a todos los profesionales Carniceros-Charcuteros de la Comunidad de Madrid, que gracias a su esfuerzo, profesionalidad y espíritu innovador han contribuido al crecimiento y desarrollo del sector. En este sentido, se han entregado más de un centenar de reconocimientos a empresarios carniceros-charcuteros con más de 50 años de experiencia en el sector y a carniceros-charcuteros que, apostando por la labor de la Federación, llevan más de 25 años como asociados.

El presidente de la Federación, José Folgado, remarcó los acontecimientos vividos en sus años de relación con Fedecarne, que han quedado fielmente reflejados en el Libro elaborado para la ocasión “85 años del Gremio de Carniceros Charcuteros”, y el “orgullo de haber sido en estos años testigo de excepción como presidente, de la evolución y desarrollo de este gremio”.

Carbonell cumple 150 años con presencia en 43 países

Carbonell, marca perteneciente al Grupo Deoleo, ha cumplido 150 años desde su fundación en 1866 en Córdoba por parte de Antonio Carbonell Llácer, con presencia en 43 países y con una facturación de 139 millones de euros en 2015. Durante estos años, la marca recibió la Medalla de Oro por sus aceites de oliva, en la Exposición Universal de Barcelona en 1888, y ganó el concurso internacional convocado por el Almirantazgo británico para la provisión de aceites para su Armada, lo que extendió la marca prácticamente por todo el mundo. Asimismo, Carbonell fue pionera en introducir los primeros envases de cristal en 1960 y, posteriormente, diseños innovadores como el sistema de aceite en spray lanzado en 2012. Desde el año 2006, los aceites Carbonell se producen en la instalación de Alcolea-Córdoba bajo certificado de gestión medioambiental.



Tres aceites de la DO Campo de Calatrava reciben medalla de oro en Israel

Tres aceites de la Denominación de Origen Campo de Calatrava, en Ciudad Real, han sido galardonados con medallas de oro en el certamen internacional Terraolivo de Israel. Terraolivo es el concurso de Aceite de Oliva Internacional más importante del área mediterránea y Asia, al que este año han concurrido más de 500 muestras de más de 60 zonas de producción. El aceite “Palacio de los Olivos”, de Bolaños, ha sido reconocido con la medalla de “oro gran prestigio”, mientras que las otras dos han recaído en “Olivar del Valle”, también de Bolaños, y en el aceite de la Cooperativa “Nuestra Señora de las Nieves”, de Almagro.



Zeraim presenta un recetario internacional para preparar platos fáciles con tomate “Caniles”

Zeraim Ibérica ha presentado en Málaga a productores comerciales, traders y cocineros de importantes cadenas hoteleras las nuevas herramientas de promoción que ha creado para la variedad de tomate “Caniles”, entre las que se encuentra un recetario internacional con platos fáciles de preparar con Caniles, así como nuevas variedades de la familia Caniles, que está desarrollando el departamento de I+D+i de la compañía. En cuanto a las nuevas variedades de la familia Caniles, Pilar Checa, mejoradora de tomate del equipo multidisciplinar de Syngenta en Almería señaló que desde Zeraim Ibérica “estamos desarrollando variaciones en nuevos colores (marrones, amarillos, etc.) y con nuevos sabores (más ácidos, más dulces, etc.) que pueden ser un nuevo empujón a la variedad Caniles, que es el tomate pera líder en España en producción, con un 10% de cuota de mercado, y también el más exportado, con más de un 12% del total.

ITENE realiza en sus laboratorios las pruebas de calidad del sello UNIQ



Los envases de cartón que llevan impreso el sello UNIQ, iniciativa de la Asociación nacional de Fabricantes de Cartón Ondulado (AFCO), son sometidos a rigurosos ensayos en los laboratorios del Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE) para garantizar un comportamiento óptimo acorde con el producto y el peso contenido, así como con la duración del circuito logístico. Antes de comenzar los ensayos, los envases UNIQ permanecen en una cámara en condiciones de temperatura y humedad similares a las existentes en las cámaras y camiones frigoríficos en las que se almacenan y transportan las frutas y hortalizas. Tras este tiempo de acondicionamiento, las cajas UNIQ superan una serie de pruebas de laboratorio altamente exigentes que miden: la resistencia al apilamiento y compresión; la capacidad de absorción de agua del cartón; la flexión del fondo de las cajas y; finalmente, también superan el ensayo de vibración.

Syngenta muestra sus nuevas variedades de melón y sandía

El centro de mejora de Syngenta en Torre Pacheco (Murcia), uno de los referentes de I+D+i de la compañía a nivel mundial, ha organizado los “Días de Campo de Melón y Sandía”, un evento en el que cerca de 300 profesionales del sector han podido conocer tanto variedades de melón y sandía que ya están disponibles en el mercado, como nuevas variedades y líneas de mejora. Entre las novedades presentadas a productores, técnicos y responsables de compra de las grandes cadenas de distribución de todo el mundo, destacan Armero y Dominio en melón piel de sapo, Red Jasper y Kasmira en sandía, así como Tazha y Arpón en charentais.



La obra “Cien”, de Francisco Manuel Vargas, será el cartel del centenario de la Cooperativa El Progreso



La obra titulada “Cien”, del diseñador ciudadrealeño Francisco Manuel Vargas Sanroma, ha sido elegida como cartel anunciador para 2017 del Centenario de la Cooperativa El Progreso de Villarrubia de los Ojos (Ciudad Real). El jurado calificador puso de manifiesto la gran calidad de los 15 trabajos que han concurrido a este certamen, felicitando a los autores por su esfuerzo y su trabajo. Estas obras procedían principalmente de Murcia, Barcelona, Ciudad Real, Manzanares y Villarrubia de los Ojos. A continuación, el mismo jurado examinó los 11 trabajos presentados al concurso de la etiqueta conmemorativa del Centenario, y tras las oportunas deliberaciones, decidió dejar desierto el concurso, estableciendo un nuevo plazo para la presentación de nuevas etiquetas.

Toyota Material Handling presenta su gama de productos y soluciones en CeMAT 2016

Toyota Material Handling presentó una amplia gama de productos y soluciones en la feria intralogística CeMAT, que tuvo lugar en la ciudad alemana de Hannover del 31 de mayo al 3 de junio. Los visitantes del stand de Toyota pudieron experimentar innovaciones y conceptos de tecnologías de futuro en áreas como energía, automatización y Dinámica Inteligente. El stand de Toyota fue inaugurado por el Presidente de Toyota Material Handling Group, Kazue Sasaki, el Presidente de Toyota Material Handling Europa, Norio Wakabayashi, el Presidente y CEO, Matthias Fischer, el Vicepresidente Ejecutivo de marketing y ventas de Toyota Material Handling Europa, Sam Coles, y el Director General de Toyota Material Handling Deutschland, Norman Memminger.

