



Los presidentes de Mercasa y Mercabarna presentan en Alimentaria los resultados de un estudio sobre el posicionamiento de las Mercas en la cadena alimentaria

La Red de Mercas comercializa en el escalón mayorista el 50% de los alimentos frescos que se consumen en España

El presidente de Mercasa, Ignacio Cruz Roche, presentó el pasado 24 de marzo en Barcelona, en el marco de la feria Alimentaria 2010, el estudio sobre “El posicionamiento de la Red española de Mercas y los retos que tendrá que afrontar en el futuro”, elaborado por el Institut Cerdà con el apoyo de los Ministerios de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, y de Industria, Turismo y Comercio.

Por su parte, el presidente de Mercabarna y teniente de alcalde de Hacienda y Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona, Jordi William Carnes, ha presentado la parte de este estudio que expone el posicionamiento de Mercabarna dentro de la Red de Mercas.

Según explicó Cruz Roche, “la Red de Mercas mantiene en España un protagonismo muy destacado en el comercio mayorista, ya que comercializa el 50% de los alimentos frescos que se consumen en España”.

La Red de Mercas española la integran 23 mercados mayoristas, donde operan unas 2.600 empresas que venden a más de 50.000 clientes de toda la cadena alimentaria, con un volumen de negocio superior a los 10.000 millones de euros anuales.

La comercialización anual en la Red de Mercas supera los 5 millones de toneladas de frutas y hortalizas, se aproxima a las 700.000 toneladas de pescado y marisco y sobrepasa las 400.000 toneladas de carne.

Según explicó el presidente de Mercasa, el estudio indica que el

principal reto que deben afrontar las Mercas y las empresas que las conforman es “promover el desarrollo de más procesos de valor añadido e innovación entre las empresas del recinto y atraer la inversión en equipamientos que faciliten la innovación en nuevos alimentos (técnicas de procesamiento y transformación de producto, envasado, tratamientos a altas presiones, etc.) y las innovaciones logísticas (packaging, paletización, el nuevo sistema de lectura de trazabilidad RFID...)”.

Otro reto importante es la mejora de las economías dentro de las Mercas, promoviendo las oportunidades comerciales entre los diferentes sectores (frutas y hortalizas, pescado, carne y flor) y canales de comercialización, así como el acceso a nuevos segmentos de mercado de forma conjunta (canal restauración, segmentos de consumo específicos como producto ecológico, orgánico o integrado, etcétera).

Por su parte, el presidente de Mercabarna, Jordi William Carnes, aseguró que “las empresas situadas en Mercabarna tienen un volumen de negocio cercano a los 3.000 millones de euros anuales, lo que representa un 30% de la facturación del conjunto de Mercas de la Red”.

Su área de influencia cubre cerca de 10 millones de personas, con una comercialización total de más de 1,4 millones de toneladas de producto fresco en sus mercados centrales (fruta y hortaliza, pescado y carne), sin tener en cuenta el volumen comercial de las empresas que operan en su Zona de Actividades Complementarias.



Alimentaria 2010 reúne a más de 140.000 operadores del sector

Alimentaria 2010, que se celebró del 22 al 26 del pasado mes de marzo, recibió la visita de más de 140.000 profesionales del sector, un 8% más que las previsiones iniciales, y a cerca de 4.000 empresas expositoras, procedentes de 75 países. La feria registró una gran afluencia de profesionales internaciona-



les, más de 36.000 personas procedentes de 155 países, un 9% más de los previstos inicialmente. Los visitantes extranjeros han supuesto el 25% del total, lo que significa que uno de cada cuatro visitantes ha sido de procedencia internacional. En el marco de la feria se celebraron también más de 8.000 reuniones en los encuentros empresariales

En esta edición de Alimentaria se resaltó de manera especial el rol de las marcas como instrumento fundamental para la proyección de las empresas alimentarias en el exterior.

Por su parte, el Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea desarrolló diversas ponencias sobre los principales alimentos que la componen, así como su evolución y estado actual.

Buil y Chamorro, S.L.

TRANSPORTES FRIGORÍFICOS NACIONALES

ANGEL CHAMARRO ZARATE
GERENTE

Cº Cogullada, s/n. Mercazaragoza
Tel. 976 464 099. Fax 976 472 731
Tel. Móvil: 629 758 505
50014 ZARAGOZA (España)



La Federación de Empresarios de Comercio de Burgos premia a Víctor J. Martín Cerdeño por un trabajo sobre mercados municipales

La Federación de Empresarios de Comercio de Burgos ha concedido el premio Hermes 2010 de Investigación a Víctor J. Martín Cerdeño por el trabajo Los Mercados Municipales como tienda de la verdad. Bases para el desarrollo de una estrategia de calidad de servicio. Un premio que fue entregado en un acto celebrado el pasado 22 de marzo en Burgos.

Víctor J. Martín Cerdeño (en la foto recogiendo el premio) es profesor de la Universidad Complutense de Madrid, miembro del consejo de redacción y colaborador habitual de *Distribución y Consumo*, y uno de los mayores expertos nacionales e internacionales en distribución comercial y hábitos de consumo.

El informe Nielsen 2009 confirma que el consumo crece en volumen y baja en valor

Los hogares españoles consumieron un 3,2% más de alimentos frescos y un 1,2% más de productos envasados en 2009 que un año antes, por un total de 58.900 millones de euros, según los datos del informe anual de Nielsen. En el estudio, presentado el pasado 25 de febrero en Madrid, se precisa que el precio de los alimentos envasados cayó un 1,1% de media en 2009, y que el gasto rondó los 33.900 millones de euros, un 0,1% más que en 2008. En el caso de los productos frescos, su precio descendió un 4,5%, especialmente en frutas y hortalizas, con un gasto de 24.900 millones de euros, un 1,3% menos que un año antes.

Por su parte, las marcas de distribución siguen creciendo y su cuota de mercado alcanzó en 2009 el 37,4% del total, 2,2 puntos más que el año anterior. En el caso de las bebidas, la marca blanca supone ya el 17,4% del total de ventas, lo que representa una subida interanual de 1,8 puntos.

Mercalicante equilibra sus cuentas manteniendo su volumen de negocio y reduciendo el gasto

El consejo de administración de Mercalicante, sociedad mixta participada mayoritariamente por el Ayuntamiento de Alicante y Mercasa, aprobó el pasado 23 de febrero los resultados económicos del ejercicio 2009, que arrojan un resultado positivo después de impuestos de 70.179 euros, siendo la primera vez desde finales de la década de los 90 que obtiene beneficios. Esta cifra irá a las reservas de capital de la empresa. En rueda de prensa, el gerente, José Ramón Sempere, mostró su “satisfacción por el equilibrio de las cuentas”, ya que además la sociedad “ha mantenido su volumen de negocio, de 2,9 millones de euros, ha mejorado un 42% su resultado de explotación hasta los 398.500 euros, así como la gestión general de los recursos por la racionalización del gasto, la disminución de los costes de personal y la reducción de los costes financieros, por la caída de los tipos de interés”.



Mercazaragoza y las asociaciones de mayoristas y detallistas crean una marca de calidad

Con el objetivo de “visibilizar” y prestigiar al comercio tradicional ante los ojos de los consumidores y potenciar las compras en este canal de distribución, Mercazaragoza y las asociaciones de mayoristas y detallistas de frutas y verduras, carnes y pescados han firmado un acuerdo para la implantación de una marca o distintivo identificador para los establecimientos que se abastecen en el mercado zaragozano. Podrán acogerse a este distintivo, con el lema “Tú exiges calidad, yo compro en Mercazaragoza”, los aproximadamente 1.700 establecimientos detallistas alimentarios que se abastecen en esta Unidad Alimentaria, de los que la mayoría son pequeñas empresas familiares aragonesas. Este distintivo nace como consecuencia de una demanda del sector, sobre todo en momentos de especial dureza económica en el que se hace más necesario que nunca reactivar el consumo despertando de nuevo la confianza de los consumidores.

El sistema de franquicia en España está integrado por 823 enseñas y facturó 19.635 millones de euros en 2009

El sistema de franquicia en España está integrado por 823 empresas franquiciadoras, el 84,4% de origen nacional (695 cadenas) y el 15,6% restante procedente de otros países, que facturaron 19.635 millones de euros en 2009. Así lo detalla un informe realizado por la consultora especializada Mundofranquicia, en el que se destaca que de estas 823 enseñas, 388 (un 47,1%) pertenecen al sector servicios, 313 (un 38%) a la actividad de retail y las 122 restantes (un 14,8%) al sector de la restauración. En conjunto, todas estas firmas suman 61.702 establecimientos operativos, de los cuales 11.173 (un 18,1%) son propiedad de las centrales y los otros 50.529 funcionan en régimen de franquicia. Por sectores son las empresas de servicios las que más establecimientos suman, con un total de 32.644.

En cuanto al volumen de negocio, el sector de la hostelería/restauración fue el que más facturó en 2009, con 6.246,7 millones de euros, seguido por el de alimentación, integrado por 20 cadenas que facturaron 2.170,3 millones de euros, y las agencias de viajes, con 31 marcas y un volumen de negocio de 1.356 millones de euros. Según el informe, a finales de 2009, este modelo de negocio daba trabajo a 222.660 personas, lo que supone el 12% del empleo del comercio detallista.

José Carlos Fuentes gana el III Concurso Cocinero del Año

El chef José Carlos Fuentes, del restaurante Palacete Rural La Seda (Santomera, Murcia), se ha proclamado ganador de la final nacional de la tercera edición de Concurso Cocinero del Año (CCA), celebrado en el espacio BCN Vanguardia del salón Restaurama de Alimentaria.



Siete jóvenes cocineros disputaron esta final, quedando como segundo clasificado Víctor Ibáñez (restaurante La Venta de Barcelona) y en tercer lugar Víctor Trochi (restaurante Skina, Ojén, Málaga). En cuanto a los premios paralelos al concurso oficial, el mismo Víctor Trochi ha ganado el Premio Aperitivo Codorníu y Sergio Bastard, del restaurante Sierra de Loquiz (Galdeano, Navarra), se

ha proclamado ganador del Premio Aceite La Masía, otorgado al concursante que mejor selecciona, usa y recicla el aceite.

El jurado de degustación de esta final estuvo formado por Martín Berasategui, que actuó de presidente, junto a Jordi Cruz, Dieter Müller, Quique Dacosta, Mey Hofmann, José Carlos Capel y Jaime Drudis.

El Concurso Cocinero del Año es un evento gastronómico organizado por Grupo Caterdata, que cuenta con una amplia experiencia en el sector de la restauración, con varias publicaciones y otros productos y servicios.



REDR y "España Original" acuerdan impulsar la presencia del mundo rural en la feria

La Red Española de Desarrollo Rural (REDR) y la organización de la feria agroalimentaria "España Original" suscribieron el pasado 11 de marzo un acuerdo de colaboración para impulsar y facilitar la participación de las pequeñas y medianas empresas del entorno rural en el evento, que se celebrará en mayo en Ciudad Real. En virtud del convenio alcanzado, REDR impulsará la participación en la feria de empresas agroalimentarias que destaquen en su comunidad autónoma y que contribuyan a mejorar la calidad e imagen del sector agroalimentario y a los objetivos del desarrollo sostenible del medio rural. La tercera edición de la Feria de las Denominaciones de Origen y Otros Productos Agroalimentarios de Calidad "España Original" tendrá lugar en Ciudad Real entre el 11 y el 13 de mayo, y la organización prevé que acudan a ella más de 500 importadores extranjeros, procedentes de 47 países del mundo.

El FROM pone en marcha una campaña para fomentar el consumo de pescado entre la población infantil

El FROM ha puesto en marcha una nueva campaña para fomentar el consumo de pescado entre los más jóvenes, a través de Talleres Gastronómicos destinados a niños de entre 7 y 11 años de edad. En estos talleres, que tendrán lugar en los comedores de 370 colegios y llegarán a cerca de 50.000 escolares de toda la geografía española, dentro del horario escolar, se explicarán a los niños los beneficios del consumo de pescado como eje de una alimentación sana y equilibrada. Además de estos talleres gastronómicos, el FROM ha programado talleres "sensoriales", en los que se investiga qué factores influyen en el rechazo general de los niños hacia el pescado, y que varían según la forma en que esté cocinado, su presentación o los alimentos con los que se acompaña.



Grupo Borges recibe el premio Liderpack 2009 por su nuevo envase para fruta deshidratada

El nuevo envase para frutas deshidratadas, ciruelas, higos, pasas y orejones, del Grupo Borges ha recibido el premio Liderpack 2009 en la X Edición del Concurso Nacional del Envase y Embalaje y Publicidad en el lugar de venta que otorga Hispack 2009 y Graphispac Asociación. El envase, pensado para comunicar los beneficios del producto y ofrecer a sus clientes una forma diferente de comer fruta y una alternativa más saludable para picar entre horas, permite almacenar con mayor comodidad y, reutilizable, ya que una vez consumidas se puede usar como envase.

La consejera de Agricultura y Pesca de Andalucía demanda al sector fresero una mayor integración para ganar en competitividad

Durante su visita a la VIII Feria de la Fresa y los Cítricos (Expoctifresa), que tuvo lugar en Cartaya (Huelva) del 24 al 26 de febrero, la consejera de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera, resaltó la importancia de que el sector fresero realice “un mayor esfuerzo” en integración para reforzar su posición en los mercados e incrementar el valor añadido de su producción. En la VIII edición de Expoctifresa expusieron sus productos un total de 50 empresas procedentes de todo el país, del resto de Europa, como Holanda y Alemania, y de la Costa Suroeste de Estados Unidos.



FM Logistic, nuevo operador logístico de los centros de distribución de IKEA en Valls

IKEA, compañía sueca dedicada a la venta de muebles y accesorios de decoración para el hogar, ha cerrado un contrato de servicios con el operador logístico FM Logistic para sus centros de distribución en Tarragona Valls 1 y Valls 2, que cuentan con una superficie total de 180.000 metros cuadrados y una plantilla de más de 300 personas. El nuevo operador mantendrá la plantilla y estructura organizativa actual de los centros de distribución, así como las condiciones y beneficios de los trabajadores que la integran.

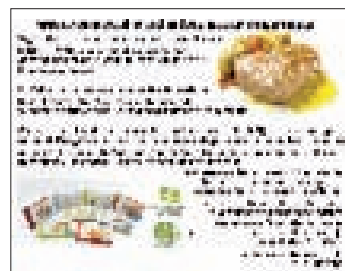
Fruit Attraction 2010 se presenta por toda España

Los responsables de Fruit Attraction, que se celebrará en Madrid del 20 al 22 de octubre, ya han iniciado la presentación de la feria por toda España, tanto a empresarios como instituciones y asociaciones, para explicar las oportunidades comerciales que supone participar en la feria, y asesorar a las empresas en cómo utilizar las herramientas que Fruit Attraction pone a su disposición para rentabilizar al máximo su participación.

Entre las novedades de la edición 2010, la exposición se traslada de los pabellones 1 y 3 de IFEMA, que acogieron la pasada convocatoria, a uno más amplio, el pabellón 10, que permitirá unificar en un solo espacio la oferta de productores e industria auxiliar y facilitar, de esta forma, la visita y el encuentro comercial. La primera edición de Fruit Attraction, celebrada del 4 al 6 de noviembre de 2009, reunió a 353 expositores y 8.480 visitantes profesionales, de los que 7.481 fueron nacionales y 999 internacionales, procedentes de 52 países.

El Grupo Lumar lanza su nueva gama de recetas a base de lomos de atún

El Grupo Lumar ha puesto a la venta su nueva gama de recetas elaboradas con lomos de atún: Supremas de atún marinado a la mediterránea, a la japonesa y en tomate natural; Supremas de atún en salsa de queso azul, de mostaza y de naranja; el Solomillo de atún relleno y la Ventrisca de atún a la parrilla. Según el estudio de consumidor realizado por Applus para Grupo Lumar, esta nueva gama es calificada como “saludable” por el 24% de los encuestados por ser el atún un aporte natural de Omega 3; “natural” por el 18% de los mismos al tratarse de recetas de pescado sin conservantes ni colorantes artificiales; “funcional” para el 26% porque se preparan de forma fácil y rápida en horno, plancha o microondas; y “novedosa” para el 23% por la originalidad de las recetas.





Entregados los premios “5 al día” 2010

El 4 y 5 de marzo pasados se celebraron en Madrid la XII Asamblea General de Socios y la III Jornada Profesional “5 al día”, con un amplio programa de debates y mesas redondas, y la entrega de los premios “5 al día” 2010; que se concedieron, en la categoría de Administración Pública, al Departamento de Salud de la Generalitat de Cataluña por su compromiso continuado con la promoción de unos hábitos saludables; en la categoría Infantil, a la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte, una entidad especialmente sensibilizada en la transmisión del mensaje “5 al día” entre los escolares del Valle del Jerte; y en la categoría de Sociedad, al programa “Por tu salud”, de Canal Sur Radio, un espacio dedicado a fomentar unos hábitos de vida saludable entre la población andaluza, recomendando la importancia de una alimentación equilibrada. En la jornada de “5 al día” se presentó un estudio de la consultora InfoAdex sobre “Las oportunidades de las frutas y hortalizas en los medios de comunicación” y se celebró la mesa redonda “5 razones para promocionar 5 raciones”, coloquio en el que estuvieron representados todos los eslabones del sector, desde productores hasta cliente final. Finalmente, la clausura corrió a cargo de la directora general de Industria y Mercados Alimentarios, Isabel Bombal, quien destacó que “hace falta que entre todos los componentes del sector logremos trasladar este mensaje único para que la población entienda la importancia de consumir las 5 raciones de frutas y hortalizas al día”.

Iberwine traslada por primera vez su sede a Valladolid

La Feria Vitivinícola Iberwine, que tendrá lugar del 25 al 27 de mayo, traslada por primera vez su sede nacional de Madrid a Valladolid. Dirigida al público profesional, se trata de la única feria temática del vino de la Península Ibérica y Latinoamérica y tiene el objetivo de ser un gran foro de intercambio comercial, reuniendo a los principales países productores de vino del mundo. Además, esta feria profesional estará abierta también al público en general, con catas en carpas instaladas en la ciudad durante la que pretende ser “semana del vino”, en la que tendrá un importante protagonismo la gastronomía vallisoletana, en especial sus tapas.

Primer Encuentro del Sector de Consumo y Distribución organizado por Deloitte y la Universidad Complutense de Madrid

La Cátedra Extraordinaria Deloitte “Innovación y Tendencias en Consumo y Distribución” de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), que dirige María Puelles, reunió el pasado 16 de febrero a casi 200 representantes del mundo empresarial, académico y político en el primer Encuentro del Sector de Consumo y Distribución. Durante el transcurso de la jornada se resaltó la importancia y el crecimiento que han experimentado las marcas de distribuidor en los últimos años y se presentaron varias tendencias futuras en Europa.

En el Encuentro estuvieron presentes expertos en materia de competencia que trataron la regulación del sector y cómo ha influido en la evolución del mismo. Por otro lado, la jornada analizó la actual situación y los retos y oportunidades que se perfilan en el futuro del sector de distribución y consumo. Tanto fabricantes como distribuidores ofrecieron su particular punto de vista y potenciaron el entendimiento entre ambas partes.



De izquierda a derecha, Juan José Roque (Deloitte), Jonathan Reynolds (Reino Unido), Raimon Ripoll (Deloitte), María Puelles, Gérard Cliquet (Francia) y Dirk Morschett (Suiza-Alemania).

MRW firma un convenio con Banco Santander del que se beneficiarán los franquiciados de la marca

MRW ha firmado un convenio de colaboración financiera con el Banco Santander, acuerdo que la marca de transporte urgente pone a disposición de todos sus franquiciados y que se concreta en un conjunto de productos y servicios destinados a solucionar diferentes necesidades en la franquicia. Banco Santander, como entidad especializada en el mercado de franquicias, ha creado bajo la denominación “Tu empresa, comercios y autónomos” una serie de soluciones para dar respuesta tanto a las necesidades de MRW como a las de sus franquiciados. La oferta se centra en facilitar una solución financiera para la expansión de la marca y asesoramiento personalizado para todos los franquiciados MRW, a través del equipo de profesionales que integran las más de 3.000 oficinas que la entidad financiera tiene en España.

Nueva gama de minipizzas Campofrío

Campofrío acaba de lanzar al mercado una gama de minipizzas, denominadas Pizzetas, dos nuevas variedades de Pizza & Salsa y la pizza "Premium" Gold Prosciutto. Con la nueva gama Pizzetas, Campofrío se convierte en la primera marca del mercado en desarrollar el concepto "minipizzas" en el lineal de pizzas frescas o refrigeradas.

Agrifood Comunicación lanza al mercado el periódico gratuito Qcom.es



Con el objetivo de explicarle al consumidor cómo funciona el sistema agroalimentario, mejorar su conocimiento sobre lo que comen y que entiendan cómo se elaboran y de dónde vienen los alimentos que llevan a sus mesas, la empresa Agrifood Comunicación acaba de lanzar el periódico gratuito Qcom.es, que se distribuirá en centros comerciales de toda España. El periódico, que tiene una tirada controlada por PGD de 50.000 ejemplares, se distribuye actualmente en 12

superficies comerciales y, además, todo lo que se publique en su formato en papel se incluirá también en la versión web, www.qcom.es.

Convocada la II Edición del Salón Dieta Mediterránea y Salud

Con el objetivo de difundir al máximo los valores nutricionales, saludables, culturales, económicos, sociales y placenteros de la dieta mediterránea y crear una sólida y duradera percepción social que asocie este tipo de dieta a la calidad de vida, el recinto ferial de Madrid, Ifema, acogerá del 14 al 17 de noviembre el II Salón Dieta Mediterránea y Salud. El salón contará con una zona de exposición, actividades prácticas en formato de taller, seminarios y conferencias científico-divulgativas, encuentros con el experto, talleres de cocina saludable, catas de productos singulares y otras actividades participativas propuestas por el comité científico y las entidades colaboradoras con un sentido último de educación alimentaria y promoción de la salud. Como novedad, en el II Salón Dieta Mediterránea y Salud se llevarán a cabo las "Jornadas Multidisciplinares de formación continuada para profesionales de la salud". En su primera edición, el Salón Dieta Mediterránea y Salud contó con más de 43.000 visitantes, que pudieron tomar parte en alrededor de 210 actividades tales como conferencias, talleres, degustaciones y catas, entre otras.

Nuevo Programa de Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria

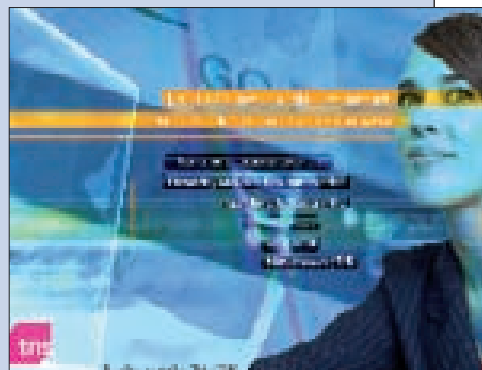
La directora general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, Isabel Bombal, presentó el pasado 16 de febrero el IV Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria, en el marco del seminario "La Cadena Agroalimentaria: compitiendo en un nuevo entorno". Bombal destacó como novedad que, a partir de la edición de este año y durante 2011 y 2012, serán dos los programas de alta gestión para directivos de empresas agroalimentarias que se impartan, uno en Madrid y otro de forma itinerante. También destacó la importancia de las diferentes acciones de "Coaching" que están programadas, como una herramienta pionera y novedosa en la formación de los directivos.

La edición de este año se compone de un total de nueve acciones formativas, que pueden ser realizadas de forma independiente, y que abordan los principales aspectos estratégicos de la empresa agroalimentaria entre ellos, dirigir según las mejores prácticas de gestión, ganar la batalla al mercado manejando las claves de competitividad, conocer las claves que permiten generar eficiencia en las operaciones de la empresa y generar sostenibilidad interna y externa en sus negocios.

TNS presenta el estudio "La influencia de Internet en las decisiones de compra"

La agencia de investigación de mercados y opinión ad-hoc TNS acaba de publicar el estudio "La influencia de Internet en las decisiones de compra", que ha sido realizado entrevistando a

6.067 individuos de seis países europeos (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Países Bajos y España), de los que 1.012 eran españoles, y que utilizan Internet para buscar información sobre los productos y servicios que son de su interés, a fin de formarse una opinión y tomar la mejor decisión de compra posible. La mayor tasa de búsquedas online se da en los viajes (un 82% busca habitualmente información sobre el tema) y electrónica de consumo, con el 69%, siendo la tasa algo menor en contenidos (59%). Finalmente, sólo la tercera parte busca regularmente online información sobre moda.





España mantiene su liderazgo en producción y comercialización de aceituna de mesa

España se mantiene líder mundial en producción y comercialización de aceituna de mesa, según los datos de la Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (ASEMESA). Un tercio de la producción mundial procede de España, con 481.000 toneladas. Andalucía aporta el 82% del total, seguida por Extremadura con el 17%.

En 2009 España lideró el escenario internacional con un volumen de facturación de 544 millones de euros y un total de 250.884 toneladas de aceitunas de mesa exportadas, por delante de otros países como Grecia, Turquía, Marruecos o Argentina. Los principales receptores de las aceitunas españolas son los países pertenecientes a la Unión Europea, que prácticamente compra la mitad de nuestras exportaciones.

Las ventas brutas del Grupo DIA alcanzaron 10.515 millones de euros en 2009

La compañía DIA obtuvo unas ventas brutas en 2009 de 10.515 millones de euros en el total de países en los que está presente. DIA contaba a finales de 2009 con 6.475 establecimientos (4.726 tiendas propias y 1.749 franquicias), repartidos entre España, Francia, Portugal, Grecia, Turquía, Brasil, Argentina y China, y una plantilla de 52.165 empleados. En el caso de España, DIA cerró 2009 con una facturación bruta de 4.454 millones de euros, 2.815 establecimientos y una plantilla de 20.879 empleados, de los que más del 90% tiene contrato indefinido.

Fabricantes de papel y de bolsas de papel se unen en una campaña para educar en el consumo sostenible

Con el objetivo de posicionar a la bolsa de papel como la alternativa más sostenible y fomentar su uso responsable, siguiendo las directrices del Plan Nacional Integrado de Residuos en materia de disminución de las bolsas comerciales no biodegradables, los fabricantes de papel y de bolsas de papel se han unido en la campaña "labolsadepapel". La web www.labolsadepapel.com, uno de los ejes informativos de la campaña, recoge información sobre la bolsa de papel y promueve la educación en el consumo sostenible. Según una encuesta realizada por Ipsos para España y otros seis países europeos, el 79% de los consumidores creen que el papel es más agradable de manejar y tocar, el 93% están de acuerdo en que el papel es sostenible y se debería de usar más como embalaje y el 86% de los ciudadanos afirman que, si para un mismo producto pueden escoger entre un embalaje de papel o de otro material, escogen el de papel.



El CRDG Aguardientes y Licores Tradicionales de Galicia califica más de 255.000 litros de destilados en 2009

El Consejo Regulador de las Denominaciones Geográficas de Aguardientes y Licores Tradicionales de Galicia calificó en 2009 un total de 255.152 litros de los destilados que ampara. Destaca el aguardiente base para licores, que vio notablemente incrementado su número de litros calificados el pasado ejercicio, con 50.064 litros. Por su parte, el aguardiente de bagazo, con 87.572 litros, y el licor de hierbas, con 75.756 litros, se sitúan como los destilados con mayor número de litros calificados. Les sigue el licor café, con 29.910 litros, el aguardiente de hierbas, con 10.400 litros y el aguardiente destinado a envejecer, con 1.450 litros.

