

La venta de plátano se mantiene estable

La venta de plátano se mantuvo estable en 2014 al alcanzar las 364.257 toneladas comercializadas, 486 más que en 2013, según datos hechos públicos por la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (Asprocan). La asociación, que agrupa a las cinco organizaciones de productores de plátanos de Canarias, realizó el pasado mes de junio su segunda asamblea del año, que contó con la presencia del nuevo consejero de Agricultura, Narvay Quintero. La asamblea subrayó las actividades de comunicación encaminadas a dar a conocer con más detalle la importancia del sector para la sociedad y economía canaria, dada su repercusión en el empleo, con más de 12.000 empleos directos, y en el abaratamiento del coste de vida de los canarios a través de la reducción del coste de las importaciones de productos básicos. Por otro lado, la Asamblea trasladó su preocupación ante los procesos de acuerdos con terceros países y su determinación a hacer valer los esfuerzos realizados por todo el sector productivo comunitario de plátano para informar a las autoridades europeas de su situación de “desprotección” ante la “competencia desleal” de la banana.



Sushi elaborado con salmón noruego, un caso de éxito

El salmón es un ingrediente relativamente nuevo dentro del sushi. Rara vez se comía crudo en Japón. Esto se debía a que la calidad del salmón del Pacífico, el consumido en Japón, sólo permitía servirlo a la parrilla, frito o ahumado, dado que no tenía la grasa suficiente para comerlo en crudo. La opción principal, a la hora de preparar sushi o sashimi, en aquel entonces era, el atún, un producto bastante caro. Pero a partir de 1985 una delegación noruega, conocida como “Project Japan”, y encabezada por el entonces ministro de Pesca de Noruega, Thor Listau, viajó a Japón con salmón crudo de la más alta calidad. El salmón de Noruega no era sólo más grande que el del Pacífico, sino que además contenía más grasa, era más sabroso e ideal para su consumo en crudo. El trabajo de “Project Japan” consiguió que uno de los principales cocineros de Japón descubriera el salmón noruego. Ishinabe-san fue el primer chef en servir sushi de salmón noruego en su restaurante, uno de los más reputados de Tokio. Creó una tendencia seguida por los demás chefs y luego también por el resto de la población. La labor de “Project Japan” continuó y gracias a sus éxitos se ha conseguido aumentar exponencialmente las exportaciones noruegas, y revolucionar la cocina del sushi, tanto en Japón como en el resto del mundo.



Ingapan une a sus principales marcas en su nueva campaña

El grupo Ingapan ha lanzado una nueva campaña de marketing en la que ha unido a dos de sus marcas más conocidas: Chousa y Koama. Chousa es reconocida en el sector de las masas congeladas por fabricar desde 1959 una amplia variedad de panes respetando el aspecto, aroma y receta del pan artesano de origen gallego. Por su parte, Koama, experimentada en el sector de productos de quinta gama y soluciones sousvide, destaca por su oferta para alta cocina. Aperitivos, hamburguesas, salsas y guarniciones, forman el grueso de un catálogo elaborado bajo la supervisión de los chefs Héctor López y Juan Carlos Clemente. Estas marcas se juntan bajo el slogan “Hay cosas que están mejor juntas: Chousa y Koama”.



Premio a Ignacio Cruz Roche de la Asociación Española de Marketing Académico por “la Mejor Trayectoria del Profesor de Marketing”

La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) ha concedido el premio a “la Mejor Trayectoria del Profesor de Marketing”, en su edición 2015, a Ignacio Cruz Roche, catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid, que tiene una prolongada trayectoria académica y profesional, incluido su paso por la presidencia de Mercasa, entre 2008 y 2012.

Este premio se concede a profesores con más de treinta años de experiencia en base a su actividad académica y profesional y fue entregado en el XXVII congreso anual de AEMARK, que en esta ocasión se celebró en Pamplona entre el 9 y el 11 de septiembre, organizado por profesores de marketing de la Universidad Pública de Navarra, presididos por el catedrático José Miguel Múgica.



Stef eleva un 2,2% su facturación hasta junio

La cifra de negocio de Stef aumentó un 2,2% durante el primer semestre del año, alcanzando los 1.360 millones de euros. Sólo en el segundo trimestre, el incremento de la actividad fue del 2,6% y se situó en los 700,9 millones de euros. Desde la compañía especializada en logística del frío atribuyen este resultado al buen comportamiento de sus actividades europeas y a un ligero incremento del consumo alimentario. En lo que a las actividades europeas se refiere, continúan aportando un impulso importante al grupo, sobre todo en España e Italia, con incrementos de la facturación por encima del 4%.

Fruit Attraction y Macfrut se unen para crear Mac Fruit Attraction

Infema y Cesena Fiera, dos de los operadores feriales de los principales países productores exportadores de fruta y verdura, España e Italia, han llegado a un acuerdo de colaboración para crear una nueva marca mundial para organizar actividades de encuentros internacionales en mercados estratégicos del sector de frutas y hortalizas, y el nombre elegido es el de Mac Fruit Attraction. La nueva Mac Fruit Attraction será una marca global con alto poder de convocatoria internacional y los organizadores de cada una de las actividades se adaptarán a las necesidades particulares de cada mercado. La primera edición de Mac Fruit Attraction se celebrará en El Cairo del 4 al 7 de mayo de 2016 como parte de FOOD Africa, tras un acuerdo alcanzado con el IFP Group, el mayor operador de comercio justo en el Cercano Oriente, lo que significa que cubrirá el Oriente Medio y el Norte África.

Bimbo recupera y moderniza su clásico bizcocho Bony

El clásico bizcocho Bony, que Bimbo había dejado de comercializar hace unos meses, vuelve otra vez a los lineales gracias a los deseos expresados por los consumidores. Bimbo lanzó este verano en sus redes sociales la campaña online #VuelveBony para sondear el regreso del bizcocho que unos meses antes había decidido retirar. Tras el éxito recibido, el grupo vuelve a contar con uno de los bizcochos más antiguos de la firma, que cuenta con cerca de 50 años. Y lo hace con una imagen totalmente renovada y llena de vitalidad. Para manifestar su carácter joven y deportivo cuenta con tres diseños temáticos distintos: fútbol, baloncesto y skate.



Checkpoint lanza la app EVOLVE-Store para gestionar los sistemas antihurto en tiempo real

Checkpoint Systems, proveedor mundial de soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista, ha anunciado el lanzamiento de EVOLVE-Store, una app para smartphones y tablets diseñada para gestionar en tiempo real los sistemas de prevención antihurto y de lucha contra el crimen organizado en los comercios minoristas. Las prestaciones de la aplicación EVOLVE-Store permiten a los minoristas medir y mejorar la tasa de conversión de ventas mediante una visibilidad en tiempo real del número de compradores de las tiendas. La app también mide el cumplimiento de las políticas mediante la gestión de los tiempos de respuesta a los eventos de alarma.

Kiwi Atlántico facturó un 10% más en su última campaña

Kiwi Atlántico ha realizado la liquidación de la última campaña a todos los productores socios y asociados. La empresa ha crecido más de un 10% en facturación, mientras que los kilos de producto comercializados de productores socios y asociados han aumentado en más del 26%. Para la próxima campaña, Kiwi Atlántico explica que, aunque posiblemente la fruta sea de menor tamaño que el ejercicio anterior, la calidad gustativa va a ser extraordinaria, gracias a las buenas condiciones climáticas de la pasada primavera.



Aliminter amplía su gama de productos Bangor con dos nuevas salsas



Aliminter, fabricante de salsas y encurtidos, ha lanzado dos nuevas salsas bajo su enseña “Bangor”. Se trata de las salsas “ranch” y miel-mostaza, que presenta en formato de un litro y que están pensadas especialmente para su consumo en hostelería. La primera de ellas, de textura suave, está hecha a base de mantequilla, yema de huevo, cebolla, ajo y especias. Se utiliza principalmente para aderezar ensaladas, acompañar patatas fritas, aperitivos y platos picantes pues aporta un toque de suavidad. Por su parte, la salsa miel-mostaza es una referencia agri-dulce, que se ha convertido en todo un clásico para aliñar ensaladas y aportar un contraste de sabor a platos de carne.

SIAL presenta su nueva imagen

Al día siguiente de su 50 aniversario, el grupo SIAL revelaba su nueva campaña de comunicación mundial. Para reforzar aún más su estrategia global, la red internacional lanza su nuevo lema y su nueva imagen ante más de 85 colaboradores del grupo, que simboliza la diversidad de la oferta de SIAL con más de 300.000 profesionales de todo el mundo que asisten a los diferentes salones para intercambiar, compartir y descubrir o presentar toda la riqueza de la gastronomía mundial. SIAL, presente en 7 países, ha escogido una identidad gráfica inesperada, prueba de la fuerza de su anclaje mundial y afirmación de una voluntad de adaptar lo local pensando en global.



Quinta edición de los premios Qcom.es

El periódico digital Qcom.es y Wiki SpanishFood.com han entregado la quinta edición de sus premios, que reconocen el trabajo de las empresas del sector agroalimentario y el esfuerzo que realizan por mejorar cada día y así valorizar también la imagen que el sector proyecta hacia la sociedad.

En esta edición se han concedido diez galardones, entre los que cabe destacar el premio Especial Qcom.es al Grupo Gourmets, en reconocimiento a sus 40 años de trabajo apostando por los alimentos y bebidas de calidad.

El galardón a la mejor institución se lo ha llevado la Junta de Castilla y León, en reconocimiento a su programa “Agrohorizonte 2020” y Freixenet S.A ha sido premiada por su trayectoria empresarial a lo largo de sus 100 años de historia y por todo lo que ha hecho a favor del cava, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.



Linasa obtiene la certificación IFS-HPC para productos de limpieza de uso doméstico y cuidado personal

La fabricante de detergentes y productos de limpieza Industria Jabonera Lina (Linasa), ha conseguido la certificación IFS-HPC (International Featured Standard - Household and Personal Care). Se trata de una norma de calidad y seguridad específica para productos de limpieza de uso doméstico y de cuidado personal. El estándar IFS está sumamente reconocido en el sector alimentario, y tiene cada vez más presencia en otros sectores como cosméticos, productos de limpieza, entre otros. Linasa es de las primeras empresas del sector en conseguir esta certificación. La empresa, perteneciente al grupo industrial Linasa, desarrolla y fabrica productos para el lavado de la ropa, la limpieza del hogar y el cuidado personal. Cuenta con tres centros de producción situados en Murcia, Málaga y Argelia. Sus productos se comercializan en más de 30 países.

VOG celebra sus 70 años de historia

VOG, el consorcio de las cooperativas hortofrutícolas del Alto Adige (Italia), cumple 70 años. Con motivo de este aniversario, esta institución especializada en la manzana ha decidido cambiar su logotipo. El consorcio VOG nacido en 1945 cuando, al término de la Segunda Guerra Mundial, Josef Ungericht, presidente de la cooperativa de fruticultores CAFA, convenció al resto de cooperativas de la región de la necesidad de colaborar estrechamente para afrontar con un esfuerzo colectivo la nueva y compleja situación económica existente en el sector tras la guerra. A las nueve cooperativas fundadoras pronto se suman muchas otras. Actualmente, forman parte del VOG 4.938 socios productores que, en una superficie de unas 10.700 hectáreas, cosechan unas 650.000 toneladas anuales de fruta de alta calidad.



Zespri elabora un estudio sobre los beneficios saludables del kiwi

La marca de kiwis Zespri ha promovido en España un estudio científico con el objetivo de profundizar aún más en los beneficios saludables de esta fruta. Este estudio forma parte de su programa internacional de investigación sobre salud digestiva. Así, el estudio confirma que incluir en la dieta diaria tres kiwis verdes mejora el estreñimiento, pues su ingesta no solo aumenta la frecuencia de ir al baño, sino que facilita las evacuaciones. Este estudio científico, que lleva por título “Mejora del estreñimiento funcional con la ingesta de kiwi en una población mediterránea”, forma parte de un programa de investigación sobre salud digestiva que Zespri está llevando a cabo en todo el mundo encaminado a la obtención de una declaración de propiedades saludables para la variedad Zespri Green.



El SIL 2016, que tendrá lugar en Barcelona del 7 al 9 de junio, albergará el Congreso de ALACAT

El Salón Internacional de la Logística y de la Manutención (SIL) celebrará su XVIII edición del 7 al 9 de junio de 2016 en el recinto Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona. Dentro del SIL 2016 se celebrará también el Congreso de ALACAT 2016, el mayor congreso del sector de América Latina. El SIL se ha consolidado como el salón líder de España y el segundo de Europa, como el punto de referencia internacional en el que están representados todos los sectores de la logística, siendo un puente para los negocios entre Europa, América Latina, África y el Mediterráneo.

