

Mercasa colabora con la Unión Mundial de Mercados Minoristas en la promoción de los Mercados Municipales

La Unión Mundial de Mercados Minoristas, a la que pertenece Mercasa en representación de los Mercados Municipales españoles, acordó el pasado 30 de abril la organización, durante 2014, de una serie de actividades en varios países para celebrar la importancia de los mercados para las ciudades y los países a nivel mundial y



poner en valor su papel ante las autoridades y el conjunto de la sociedad. Este acuerdo se alcanzó en una reunión de la Unión Mundial de Mercados Minoristas, celebrada en Londres y organizada por la Asociación Nacional de Autoridades de Mercado Británico (NABMA), responsable de la exitosa campaña “Love Your Local Market”, desarrollada en Gran Bretaña desde hace ya algunos años. La firma del acuerdo se realizó en la sede del Parlamento británico y en representación de Mercasa asistieron Andrés de Pando, Director Internacional; Manuel Estrada, técnico en esta misma Dirección y actualmente Presidente de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas WUWM; y Roberto Alonso, Jefe del Departamento de Estudios de Mercasa y Vicepresidente de la Unión Mundial de Mercados Minoristas.

En las actividades de promoción participarán en 2014 mercados municipales de Reino Unido, Francia, España, Chile, Holanda, Italia, Hong Kong y Estados Unidos, junto con varias ciudades vinculadas a los proyectos apoyados por la Unión Europea: Central Markets Project (finalizando en diciembre de 2014), Marakanda Project (finalizando en noviembre de 2014) y Urbact Market Project (finalizando en abril del 2015). El acuerdo también fue firmado por Mercasa, el Instituto de Mercados de Barcelona (IMMB) y la Ciudad de Venecia.

Freshuelva y FEPEX organizan un simposio pionero sobre las berries en Fruit Attraction

La VI edición de Fruit Attraction, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, que se celebrará en Madrid del 15 al 17 de octubre, acogerá el simposio dedicado a las berries “Fresh & Life”, organizado por Freshuelva y FEPEX, junto con IFEMA, cuyo objetivo será el de difundir novedades en los ámbitos de la nutrición, la investigación, la producción y los mercados. En el simposio “Fresh and Life” se analizarán las posibilidades de desarrollo futuro de la categoría de berries, estudiando los casos de éxito del Norte de Europa, así como la realidad social y económica del sector productor de berries, que es, hoy en día, un importante pilar para la provincia de Huelva, como creador de empleo y anclaje de la población local.

Los vinos “Ojos del Guadiana” consiguen tres Medallas de Plata en los “Bachus” 2014

Los vinos “Ojos del Guadiana”, Tempranillo Joven, Chardonnay 2013 y Reserva 2009, de la Cooperativa El Progreso de Villarubia de los Ojos (Ciudad Real), consiguieron tres Medallas de Plata en el XII Concurso Internacional Bacchus 2014. Más de un millar de vinos de todo el mundo participaron, del 14 al 18 de marzo, en este Concurso Internacional Bacchus 2014, organizado por la Unión Española de Catadores (UEC).



La Semana del Queso organiza acciones promocionales e informativas para la distribución, la restauración y los consumidores



El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha organizado diversas acciones de promoción al consumo de quesos españoles durante la Semana del Queso, que se celebró desde el lunes 26 al sábado 31 de mayo. La iniciativa tiene como objetivo el dar a conocer la gran variedad de quesos que existen en nuestro país y para evidenciar y difundir las características y la riqueza del enorme patrimonio que hoy constituyen los quesos españoles.

Durante la Semana del Queso se realizó un acto Institucional informativo y promocional, con profesionales de la distribución, representantes del sector, jefes de compra de supermercados e hipermercados, escuelas de hostelería y restauración. Asimismo, se realizó una visita a la sede de la empresa Lácteos del Jarama, en Fuente del Saz, con representantes de empresas de distribución; además de un acto de información en el Mercado de La Paz, en Madrid, con una cata guiada.

La promoción en puntos de venta incluyó degustaciones de diversos tipos de quesos españoles en varios hipermercados o supermercados de Madrid, Cáceres, Cuenca, Teruel y Valladolid; mientras que en hostelería se realizaron acciones informativas y promocionales de la Semana del Queso a través de banners que se publicarán en webs especializadas en reservas de restaurantes y blogs de gastronomía y alimentación. Asimismo, los restaurantes adheridos a la semana recibirán información y material promocional de la campaña que entregarán a sus comensales. A modo de cierre de la Semana, se realizó una degustación de alimentos cocinados con diferentes tipos de quesos en la Plaza Mayor de Madrid.

Segunda edición de los talleres de la Campaña “Mediterraneamos” para escolares de Primaria y Secundaria

Con el objetivo de fomentar una alimentación y estilo de vida saludables entre la población infantil y adolescente, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente presentó el pasado 24 de abril una nueva edición de los talleres de promoción de la Dieta Mediterránea, de la campaña “Mediterraneamos”, que se desarrollarán hasta el mes de junio, se reanudarán de nuevo en septiembre y se alargarán hasta noviembre. La iniciativa, dirigida a un total de 40.000 escolares, se desarrolla en los centros educativos de 10 provincias españolas: Sevilla, Zaragoza, Palma de Mallorca, Las Palmas, Valladolid, Barcelona, La Coruña, Logroño, Madrid y Pamplona. Los escolares de entre 8 y 12 años pueden participar en los talleres “Aprendemos a comer”, dirigidos a educar los hábitos alimentarios en la edad infantil. Igualmente, los alumnos de secundaria de entre 13 y 16 años pueden asistir a los talleres “Aprendemos a cocinar”, con el objetivo de involucrar al público adolescente en la cocina y acercar los productos propios de la Dieta Mediterránea y sus recetas.



Paralelamente, los alumnos de secundaria de todos los centros educativos españoles pueden participar en el concurso de recetas rapeadas de la campaña ‘Mediterraneamos’. Para ello, los estudiantes deben grabar por grupos un video al estilo de música rap sobre una receta que contenga ingredientes de la Dieta Mediterránea. Los videos se pueden visionar y votar a través de la página web del concurso, www.mediterraneamos.es, donde también se van colgando las fotos de los talleres de secundaria y se ofrece información sobre la Dieta Mediterránea.

Plazo de admisión para la 5ª edición del Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias

La Fundación LAFER ha anunciado la apertura de matriculación para la 5ª edición del Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias (MGEA), que comenzará en octubre de 2014. Este curso postgrado está impulsado por la Fundación LAFER, junto con Global Market Business Adversers, y cuenta con respaldo académico de Nebrija Business School (Nebrija Universidad). MGEA está dirigido a predirectivos, mandos intermedios y emprendedores y ofrece una visión completa de la cadena de valor, analizando las interrelaciones existentes y su impacto en el ámbito empresarial.



La casquería ayuda a recortar la huella de carbono en la producción de carne

El uso creciente de casquería ha ayudado a reducir la huella de carbono en un 25% por kilo de carne producido, de acuerdo



con los datos de la Organización para el sector del ovino y vacuno en Inglaterra (EBLEX). La caída ha sido impulsada por los cambios en las regulaciones de los subproductos animales y las mayores oportunidades de exportación, ayudando a impulsar el consumo de vísceras rojas y co-productos comestibles, así como los huesos blandos y tendones. Las cifras han demostrado que el porcentaje promedio en peso de un animal bovino vivo que es consumido por los seres humanos ha aumentado alrededor del 38% en 2006 al 48% en 2012. Durante el mismo período, el porcentaje medio de una oveja o cordero consumido aumentó del 46 al 53% del peso vivo de un animal.

Frutapac amplía su gama con las bebidas de frutas de Dole

Frutapac acaba de presentar las nuevas bebidas de frutas de Dole, compuestas todas ellas de zumo de piña 100% puro combinado con diferentes bebidas de frutas. Así, la gama Dole Fruity está compuesta por la combinación de piña con naranja, plátano, lima-limón y mango, mientras que las bebidas de frutas Dole Jaya son una combinación de piña con té verde, agua de coco, lichi y aloe vera, con maracuyá, y con coco.

Todas estas variedades se presentan en lata de 25 centilitros, un formato joven y adaptado a la vida moderna.



La tienda online The Cooksters

El Grupo Ingapan y Tic&Tic acaban de abrir las puertas virtuales de thecooksters.com, la tienda online de alimentación dirigida a los profesionales horeca (hostelería, restauración y catering) y a todos los apasionados del buen comer. The Cooksters ofrece la posibilidad de navegar por un catálogo estructurado de forma clara para localizar inmediatamente los productos que más se adapten a las necesidades del cliente. Además de la tienda online, The Cooksters ya cuenta con su primer espacio físico en factoría (The Cooksters Factory), en Lugo, donde tanto profesionales como particulares también pueden comprar sus productos.

Mahou San Miguel refuerza su presencia en África

Mahou San Miguel acaba de lanzar su Mahou Cinco Estrellas en Camerún. Con ello, Mahou San Miguel amplía su presencia en África, donde la compañía creció un 16% en volumen en 2013. La empresa ya estaba presente con Mahou, San Miguel y el agua Solán de Cabras en países como Ghana, Marruecos, Guinea, Argelia o Congo. África es ya el segundo continente en ventas para la compañía, sólo por detrás de Europa.

Ignacio Silva, nuevo presidente de la Asociación de Bebidas Refrescantes



La asamblea de la Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA) eligió, el pasado mes de abril, como nuevo presidente a Ignacio Silva, consejero delegado para España y Portugal de Orangina Schweppes. Silva sustituye en el cargo a Fernando Amenedo, que ocupaba la presidencia de la asociación desde noviembre de 2011. Ignacio Silva ha desarrollado su carrera profesional en Panrico, Alimentos Naturales y Unilever. En 2011 se incorporó a

la multinacional Orangina Schweppes como director comercial y en 2012 fue nombrado consejero delegado de la compañía. ANFABRA es la organización empresarial que agrupa y representa a la práctica totalidad de las empresas del sector. La facturación conjunta de las compañías es de 5.000 millones de euros.

Mitsubishi Forklift Trucks presenta novedades en CeMAT 2014

Mitsubishi Forklift Trucks, marca distribuida de forma exclusiva en España por ULMA Carretillas Elevadoras, presentó sus últimas novedades en la feria CeMAT 2014, celebrada en Hannover del 19 al 23 de mayo, bajo el lema "Inteligencia-Integración-Eficiencia". Asimismo, Mitsubishi Forklift Trucks contó en la feria con un área de demostración en el que dio a conocer su nuevo concepto futurista de vehículo autoguiado (AGV), al que ha bautizado con la denominación de ACCURÍA.



Los reembolsos de mostos y zumos de uva aumentaron en 2013

Los reembolsos totales de mostos y zumos de uva aumentaron un 6,63% en 2013 hasta superar los 251,3 millones de euros, según los datos ofrecidos por la Asociación Española Empresarial de Transformadores-Comercializadores-Exportadores de Mostos y Zumos de Uvas (AEMZU) y su regional AEMZUCAMAN. Por su parte, las exportaciones de concentrados y rectificadas descendieron un 15,27% en 2013 en relación con el ejercicio precedente por escasez de materia prima ofertable. La categoría más rentable fue el mosto concentrado con grado brix superior a 67, con un precio medio de 1,84 euros por tonelada. Los demás mostos/zumos de uvas alcanzaron una producción de 40 millones de litros en 2013, lo que representa un descenso del 9% en relación con el año anterior, en el que se alcanzaron los 40 millones de litros.

ASEDAS reclama medidas para la cadena agroalimentaria en España y en Europa

La Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), que representa al 65,2% de la superficie comercial de alimentación en España, celebró el pasado 28 de abril su Asamblea General en la que, bajo el lema "Prioridades de la Cadena Agroalimentaria en Europa y en España", se analizó el momento actual del sector y sus retos de futuro, tanto en el ámbito



interno como en el europeo. En tal sentido, el director general de ASEDAS, Ignacio García Magarzo, habló de los signos de estancamiento que presentan los indicadores de consumo alimentario y propuso trabajar en tres líneas que supondrían un revulsivo para el consumo: recuperación de la confianza, devolución de la capacidad adquisitiva perdida a los consumidores bajando los impuestos y reducción de los costes que soportan las empresas, lo que abriría la puerta a la creación de empleo".

Más de 140.000 visitantes en Alimentaria 2014

Alimentaria ha celebrado en 2014 su edición más internacional, con más de 140.000 visitantes, de los que un 30% fueron extranjeros, y 3.800 empresas expositoras. Asimismo, Alimentaria 2014, que tuvo lugar en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, logró convocar a más de 600 compradores extranjeros de alto nivel, un 50% más que en 2012. Se trata de grandes importadores y distribuidores de Europa, Asia, Latinoamérica y EE.UU que celebraron más de 10.000 reuniones de negocios con expositores, un 25% más que en la pasada edición. Por su parte, en el nuevo espacio “The Alimentaria Experience” se celebraron más de medio centenar de showcookings impartidos por más de 50 grandes chefs, que en conjunto suman 50 estrellas Michelin. En cuanto a otras actividades gastronómicas, 5.000 personas participaron en el espacio de cata de aceites, más de 10.000 en el de vinos (Vinorum) y más de 2.000 en España, el País de los 100 quesos.

Dolores Suárez, nueva presidenta de la IGP Ajo Morado de Las Pedroñeras

La Indicación Geográfica Protegida (IGP) Ajo Morado de Las Pedroñeras, en su última Asamblea General, nombró nueva presidenta a Dolores Suárez Monedero, directora comercial de JR Suárez Monedero y de la Sociedad Agroalimentaria Pedroñeras. Dolores Suárez es Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing y tiene una dilatada experiencia en gestión internacional de empresas y estrategias y gestión de comercio exterior.

“Estás en el Círculo”, la nueva guía de ANAPE sobre flujos de residuos y su correcta gestión

La Asociación Nacional de Poliestireno Expandido (ANAPE) acaba de publicar “Estás en el Círculo”, un nuevo folleto en el que la Asociación comunica su misión en el reciclado a todos los participantes en el ciclo de vida del producto. El documento consta de tres partes, en las que explica qué es el EPS y cómo distinguirlo de otros productos, dónde se deposita, cómo se almacena y cuál es su destino final como material reciclado.



Hispack 2015 conectará la innovación en packaging con las necesidades de los sectores de demanda

Hispack quiere dar un nuevo giro a su modelo ferial y para ello se alía con las empresas líderes de diferentes sectores consumidores de packaging, para identificar las necesidades y grandes tendencias en innovación que están marcando el desarrollo de nuevos envases, embalajes y publicidad en el lugar de venta (PLV). Así, en su próxima edición, que tendrá lugar del 21 al 24 de abril de 2015 en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona, Hispack alineará al máximo los requerimientos reales de la demanda con su oferta expositiva, incidiendo especialmente en procesos, sostenibilidad, nuevos materiales, smart packaging, personalización o intralogística, entre otros ámbitos.

Bimbo amplía su gama de Pan de Horno con la nueva Hogaza Rústica

Bimbo acaba de poner a la venta la Hogaza Rústica, que viene a completar su gama de Pan de Horno, y se presenta en un formato de media hogaza ya cortada y con un peso de 450 gramos la unidad. El lanzamiento de la Hogaza Rústica, que llega al mercado con un precio de 1,59 euros, se enmarca dentro



de la política de renovación de la imagen de la gama de Pan de Horno que está llevando a cabo Bimbo.

Las marcas de fabricante son responsables del 94% de las innovaciones de gran consumo

El esfuerzo inversor en i+D+I es propiedad casi exclusiva de las marcas de fabricante, autoras del 94% del total de las innovaciones lanzadas al mercado en 2013, según el estudio “Radar de la Innovación”, presentado el pasado mes de abril por Kantar Worldpanel. Según se desprende del estudio de Kantar Worldpanel, el esfuerzo innovador realizado por las Marcas de Fabricante sigue sin tener el suficiente apoyo por parte de algunas cadenas líderes de distribución, lo que contribuye de manera esencial a la falta de crecimiento en las categorías, a lo que hay que añadir el efecto negativo sobre la variedad y la capacidad de elección de los consumidores, y su acceso a los productos más novedosos.

Las Asociaciones de Mayoristas de frutas y verduras y de pescado de Mercamálaga entregan sus distintivos de calidad

Bajo el lema “Compramos en Mercamálaga, productos de calidad” y con el objetivo de fomentar la compra de productos en esta Unidad Alimentaria, las Asociaciones de Mayoristas de fruta y verdura y de pescado entregaron el pasado 24 de abril sus distintivos de calidad a los minoristas. Se trata de tres categorías de distintivo, uno para los locales de frutas y verduras; otro para los que distribuyan pescados y mariscos; y un tercero para los que trabajen ambos tipos de género. El director general de Mercamálaga, Jaime Touchard, afirmó en la entrega que “de esta forma se quiere agradecer también la confianza de estos empresarios de la distribución para con los productos de Málaga y Mercamálaga”.



Concluye el concurso “Win!Marlene” organizado por el consorcio VOG

El pasado 31 de marzo concluyó el concurso internacional Win!Marlene organizado por el consorcio VOG en España, Italia y Bélgica. Durante los 62 días de actividad de Win!Marlene, 17.000 participantes italianos, españoles y belgas recogieron 110.000 etiquetas Marlene y probaron suerte con la iniciativa promovida por el consorcio VOG. Como premios se ofrecían vacaciones de una semana para dos personas en los hoteles Vitalpina Südtirol y cientos de bonos de 40 euros para gastar en la tienda online de ropa y accesorios Spreadshirt.



LIBROS

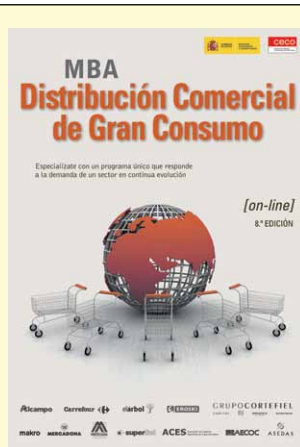
Un asalto a la inteligencia. La creatividad



Manuel Chaure acaba de publicar el libro “Un asalto a la inteligencia. La creatividad”, en el que se busca estimular al lector hacia el pensamiento creativo para afrontar su trabajo, sus relaciones y sus problemas. Para ello, la obra analiza, en primer lugar, los obstáculos que se oponen a la creatividad. Se examinan después el papel de la intuición y los procesos mentales mediante los que procedemos habitualmente, así como

las tipologías básicas de creativos y las actitudes pertinentes a la práctica heurística. Y a continuación, se estudia el proceso creativo y los tipos de creativos para concluir con la exposición de un conjunto de métodos creativos. Una segunda parte del libro se dedica al proceso creativo en el mundo de la empresa.

Manuel Chaure es Doctor Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos y Diplomado en el Programa de Alta Dirección de Empresas por el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE). Su actividad profesional, que se ha realizado en el campo de la ingeniería civil, la gestión empresarial y la consultoría, le ha llevado por 44 países de cuatro continentes. Una gran parte de su vida laboral la desarrolló en Mercasa, donde desempeñó diversos puestos técnicos y directivos.



Abierto el plazo de inscripción del MBA en Distribución Comercial de Gran Consumo

El Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO) ha abierto el plazo de inscripción de la 8ª edición del MBA en Distribución Comercial de Gran Consumo. Este posgrado, de un año de duración, está dirigido a titulados superiores y a profesionales que quieran dar un impulso a su carrera profesional y llegar a ocupar funciones directivas en compañías de retail o mayoristas. La información completa sobre este posgrado, incluido programa, metodología, claustro, testimonios de alumnos, precio y proceso de matrícula se puede consultar en www.ceco.es.

Fe de errata

En el número 131 (2014-Vol.1), en la página 49, dentro del artículo “Productos frescos de caja en caja” se decía que “el cartón ondulado se reutiliza entre cinco a siete veces” cuando la frase correcta es “la fibra del cartón ondulado se reutiliza de cinco a siete veces mediante su reciclado”.