

TEXTIL

**CRECE LA EXPORTACIÓN DE PUNTO Y CONFECCIÓN**

Las exportaciones de punto y confección crecieron en España un 20% en 2006, según Pola Iglesias, directora del Salón Internacional de Moda de Madrid (SIMM), que termina hoy. Las exportaciones sumaron un valor total de 7.305 millones de euros el pasado año, un 9,7% más que en 2005. Para Pablo García, vicepresidente de la Federación Española de Empresas de la Confección (FEDECOM), tras esta recuperación se encuentra la mejora del consumo en Europa.

## La industria de bienes de equipo gana un 12% más

COLPISA  
MADRID

La industria de bienes de equipo, fabricante de máquinas productoras de otras máquinas, cerró el año 2006 con las mejores cifras de los últimos tiempos y sus perspectivas para los próximos meses son muy favorables. El beneficio de las empresas del sector registró un aumento del 12%, según el avance de datos proporcionado por la agrupación Serco-be.

La facturación aumentó el 7,8%, hasta alcanzar los 41.876

millones de euros, sobre una base ya muy elevada –el incremento anual de 2005 fue similar– mientras las exportaciones registraron un avance del 8,7%, para situarse en una cifra de 27.089 millones. No obstante, el crecimiento de las importaciones fue del 8,6%, con sensible repunte respecto al año precedente, y su cuantía se elevó a 51.002 millones de euros.

Pero el dato más novedoso es el crecimiento del 4,1% del empleo en el sector, una tasa de expansión desconocida desde mediados de los ochenta.

LIBROS

### Roma, S.A.

Autor: Stanley Bing  
Editorial: Gestión 2000

La historia del auge y la caída de este imperio puede ser un perfecto modelo para gerentes, empleados y estudiantes sobre cómo funciona una gran corporación. Vender ciudadanía al mundo fue el gran negocio de Roma. Ser romano se convirtió, en palabras del autor, en un concepto de marketing muy atractivo y eficaz que permitió a Roma expandirse más de lo imaginado y mantener la unidad. Partiendo de esta idea, Stanley Bing traza los paralelismos entre el funcionamiento del imperio y el de una corporación.



### Vender es mucho más

Autores: Cosimo Chiesa de Negri  
Editorial: Urano

Vender es una actividad maravillosa que se valora cada día más en todos los ámbitos. Pese a ello, aún existe mucha improvisación y poca profesionalidad. A través de un relato sencillo y directo, el autor muestra la importancia del oficio de vendedor y la necesidad de ir mucho más allá de la pura acción de vender para alcanzar el éxito.



Imagen de archivo de un supermercado Carrefour en Reus.

NINÍN OLIVÉ/DT

## Los supermercados consolidan su dominio en la distribución comercial

Controlan dos tercios de la alimentación envasada y el 40% de la fresca

**Los supermercados consolidaron durante el año pasado su dominio en la distribución comercial, con una cuota media cercana al 50% del mercado.**

COLPISA  
MADRID

En el caso de los productos de gran consumo en los hogares, tanto en alimentación como en droguería y perfumería, su posición de negocio se acercó al 67%, conforme a los últimos datos disponibles en el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que coinciden en grandes líneas con el contenido del anuario 2007 de la consultora AC Nielsen, presentada esta semana.

Dicho informe refleja un incremento del 4% en el número de establecimientos de libre servicio (hasta los 14.971), que gozan de mayores preferencias entre los ciudadanos, frente a la reducción progresiva en la cifra de pequeños comercios y tiendas tradicionales, que esta vez fue de un 2% (se situó en 36.841).

No obstante, el crecimiento fue desigual entre los primeros, de manera que la cantidad de supermercados de mayor tamaño (de 1.000 a 2.500 metros cuadrados

de superficie) subió un 10% (hasta rondar los 3.000), frente a los avances más moderados en los medianos (2%) y pequeños (3%), y también en las grandes superficies (un 2%, hasta 387).

Como movimientos más llamativos, el número de supermercados de tipo 'discount' (descuentos especiales), como las cadenas Aldi, Dia, Lidl o Plus, creció un 5% (hasta los 3.606 comercios) y suponen ya casi una cuarta parte del mercado (24%).

A su vez, las enseñas comerciales propias de la distribución, conocidas como 'marcas blancas', copan el 25,1% de las ventas, tras lograr 8.422 millones de euros en 2006, cuota que roza incluso el 41% en las conservas, el 35% en droguería y limpieza, y el 33% en congelados, leches y batidos. Por el contrario, sólo alcanza el 13% en bebidas y el 12% en perfumería e higiene.

**Hipermercados y comercio tradicional experimentan caídas de cuota de mercado**

Por tipos de productos, según el anuario de AC Nielsen, los supermercados controlan más de dos tercios de las ventas de alimentación envasada (68,4%), casi dos puntos más que en 2005, subida que contrasta con los descensos de un punto en la cuota de los hipermercados (22,5%) y del comercio tradicional (9,2%).

En los alimentos frescos, el dominio de los 'super' es también indiscutible (un 40% frente al 10% de los 'hiper'), mientras que en droguería y perfumería son los comercios especializados los que encabezan el mercado (33%), por encima de las grandes superficies (20%).

Las ventas de los productos de consumo básico para el hogar se incrementaron un 6,3% durante el año pasado, según el estudio citado, hasta llegar a los 56.304 millones de euros. El 44,3% de ese gasto correspondió a alimentos envasados y el 39,8% a los frescos, cuya demanda 'sólo' creció un 5,7% –debido al mayor encarecimiento de sus precios, un 3,8% más en términos anuales– frente al 6,7% de los primeros y el 6,9% de la droguería y perfumería.

**mas carandell**  
fundació formació i empresa

# Prevenió de riscos laborals

CURSOS SEMIPRESENCIALS

CONSELLER DE SEURETAT  
PREPARACIÓ PER A LES PROVES OFICIALS  
Classes presencials del 23 d'abril al 14 de maig de 2007

ESPECIALITAT D'ERGONOMIA I PSICOSOCIOLOGIA  
De l'11 de maig al 28 de setembre de 2007

ESPECIALITAT D'HIGIENE INDUSTRIAL  
Del 14 d'abril al 30 de setembre de 2007

CURSOS PRESENCIALS

AUDITORIES EN PREVENIÓ DE RISCOS LABORALS  
Del 4 al 20 de juny de 2007

OSHAS 18001  
Del 10 d'abril al 8 de maig de 2007

Barri Gaudi, Carrer de Terol 1 43206 REUS  
Tel. 977 331 837 Fax 977 331 120  
correu@imfe.org www.mascarandell.org