

Kelloggs engulle a Pringles para conquistar el negocio de aperitivos

La multinacional estadounidense ha llegado a un acuerdo con Procter & Gamble para comprar la popular marca de patatas fritas Pringles por 2.053 millones. El objetivo de Kellogg, con planta en Valls, es que Pringles sea el buque insignia de un negocio global de aperitivos con el mismo volumen internacional que el de sus cereales.

CatalunyaCaixa financia con 6,1 millones una nueva planta de biogás en Lleida

CatalunyaCaixa ha otorgado un préstamo de 6,1 millones al grupo leridano Alternativa Energética 3000 para la construcción y explotación de una planta de biogás en Torres de Segre. La planta generará energía gracias a la aceleración del ciclo natural de descomposición de la materia orgánica biodegradable obtenida de explotaciones agrícolas propiedad del mismo grupo.

La Caixa y Telefónica se unen para impulsar proyectos tecnológicos de 'start-ups'

Telefónica ha dado un paso más en el desarrollo de Wayra, su programa de impulso a start-ups. La operadora ha firmado un acuerdo con La Caixa para el apoyo a estas nuevas empresas a través de tutorización, acompañamiento y acceso preferente a financiación. La entidad catalana participará a través de su gestora de capital riesgo, Caixa Capital Risc.

El vino de la DO Montsant asalta el mercado ruso

La Cooperativa Falset Marçà ha participado esta semana en Prodexpo, el principal salón de alimentación y bebidas del país

Núria Pérez Falset

El mercado ruso no es nuevo para el sector vitivinícola catalán. Algunas empresas, entre ellas las grandes, están presentes en Rusia desde hace años. Por ejemplo, Bodegas Torres, que exporta a más de 140 países, tiene a Rusia en su *top ten* gracias a las ventas de vinos y brandies. Freixenet también ha apostado fuerte por este mercado en el que ha llegado a vender hasta medio millón de botellas anuales de cava, vino y champán.

Catorce empresas catalanas, cinco de ellas, bodegas, quieren seguir sus pasos y esta semana han participado en la décimonovena edición de Prodexpo, el principal salón de alimentación y bebidas de Rusia, que con de 50.000 visitantes anuales, es, a su vez, puerta de entrada a otros mercados del entorno, como Bielorusia, Ucrania o Armenia, dado que a él asisten sus principales distribuidores.

La Cooperativa Falset Marçà de la DO Montsant es una de ellas. Después de hacerse un hueco en Suiza, Estados Unidos o Austria, los responsables de la sociedad no han dudado en aprovechar la oportu-

internacionalización

número de mercados

33

tunidad que les ha brindado la Generalitat, a través de Prodeca, para incrementar su presencia en el mercado ruso, donde venden desde 2009 y suman el 2% de sus exportaciones.

La internacionalización es una de las principales apuestas de la cooperativa, que empezó a vender en el extranjero en 1999, en la actualidad exporta a 33 países que representan alrededor de un 30% de sus ventas anuales, que rozan los tres millones de euros.

Súpers americanos

Tras Rusia, Puerto Rico, Nueva York o Alemania son los próximos destinos del equipo comercial de la entidad que, el año pasado, logró un importante acuerdo con Cosco, una de las cadenas de supermercados más importantes americanas más importantes y donde ya comercializan más de 250.000 botellas anuales de los 1,25 que producen.

En paralelo a su estrategia de crecimiento en los mercados exteriores, la Cooperativa que cuenta con unos 350 socios y emplea a una quincena de trabajadores, tiene claro que tanto o más importante es consolidar las ventas en el mercado nacional -principalmente Catalunya- y la venta directa a través de su red propia de agrotiendas (Falset, Marçà y Cambrils), la tienda digital (www.etim.cat y www.etim.es) y los supermercados de proximidad como Frescuore, Superverd y Bon Preu.

Además del refuerzo del canal comercial en la actual época de crisis, la cooperativa no ha dejado de invertir en sus instalaciones. Este año acabará de remodelar la bodega para mejorar la recepción de la uva.

Con motivo del centenario, trabajan en la presentación de un vino especial conmemorativo de la efeméride y una colección. Con ellos, a su vez, quieren reivindicar la validez del modelo cooperativo, un modelo solidario con viticultores de la zona con los que no han dudado en compartir proyectos y conocimiento.

A su vez, están potenciando su presencia en las redes



Foto antigua de los productores de la sociedad, que este 2012 celebra su centenario y es fruto de la fusión de la cooperativa de Marçà (fundada en 1912) y Falset (de 1917). FOTO: CEDIDA

sociales así como las visitas teatralizadas que efectúa la compañía Napbuf por la bodega modernista, que se pusieron en marcha con motivo de la Fira del Vi de 2009 y por la que ya han pasado cerca de 5.000 personas.

Reconocimiento en la Guía Peñín

La Guía Peñín ha reconocido recientemente la calidad de los vinos de la cooperativa. El pasado noviembre, la famosa guía

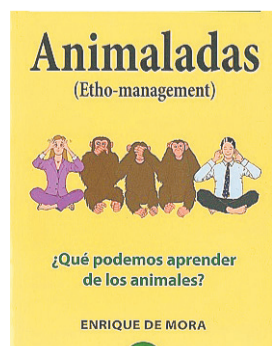
situó nueve vinos de la entidad entre los mejores valorados, que son los que obtienen a partir de 90 puntos.

La máxima calificación fue para los vinos dulces de la bodega. Con 92 puntos, la publicación distinguió al Ètim rancio y el Ètim Selecció Vinyes Velles 2007. Justo un punto por debajo, situó a otro dulce: el Ètim Verema Tardana 2007. El resto fueron reconocidos con 90 puntos.

Libros

Animaladas

Autor: Enrique de Mora
Editorial: Empresa Activa



Animaladas fusiona la biología con el management, creando el etho-management, que demuestra que las observaciones y conclusiones sobre el aprendizaje de la conducta animal son de gran aplicación en el mundo de la empresa. El autor parte de un análisis exhaustivo de algu-

nas especie como lobos, gorilas, monos o águilas, a partir del cual desarrolla una serie de consejos para mejorar algunas habilidades sociales.

Claves para transformar España

Autor: Eduardo Serra
Editorial: Imago Mundi



La primavera de 2010, más de un centenar de personalidades relevantes del mundo de la empresa, la universidad y el pensamiento, convocados por la Fundación Everis, se reunieron alrededor del Informe TransformaEspaña. De ese ejercicio de reflexión surge este libro, que propone una econo-

mía basada en el talento a partir de la reforma del sistema educativo y la conexión entre ciencia, mercado y capital como puntos básicos.

Volver a empezar

Autor: Lluís Cuatrecasas
Editorial: Profit



Una empresa que, gestionada de modo tradicional, siempre ha tenido buenos resultados, ve cómo progresivamente va perdiendo mercado. Su propietario se ve abocado a cambiar a las nuevas fórmulas de pensar y dirigir. Se trata del método Lean, implantado por las principales empresas japonesas en

el último cuarto del siglo XX: una gestión que reclama un gran dinamismo por parte de la dirección, que debe involucrarse por completo.