

# Nº67

## SEPTIEMBRE 2018

Boletín de noticias, sugerencias  
y consejos editado en exclusiva para los clientes  
y amigos **GRUP VIVÓ**

Síguenos en Facebook y Twitter



[www.facebook.com/grupvivo](http://www.facebook.com/grupvivo)



[www.twitter.com/grupvivo](http://www.twitter.com/grupvivo)

# burbujas

Vivó

## La distribución foodservice creció un 4,9% en 2017



La Federación Española de Empresas de Distribución a Hostelería y Restauración, Fedishoreca, ha cifrado el crecimiento en ventas del sector en 2017 en un 4,9%, según ha hecho público en un comunicado coincidiendo con su 10º aniversario.

Jordi Pujol Medina, presidente de Fedishoreca, ha destacado que la patronal ha conseguido aglutinar a más de 130 empresas distribuidoras "en un encuentro histórico" celebrado en Madrid, al que han asistido también representantes de Italia y Portugal, miembros de CE-GROBB, Federación Europea de Distribuidores de Bebidas.

Durante el encuentro se han analizado los principales retos y objetivos del sector, entre los que se encuentra la defensa del uso de envase reutilizable frente al "imparable" avance del envase de un solo uso en hostelería, principalmente de latas. Así, José Manuel Fernández Echevarría, director general de Fedishoreca, ha destacado que "el uso de envases reutilizables de bebidas en España ha pasado de ser el 30% del total en el año 2000, al 16% en la actualidad, con el consiguiente perjuicio medioambiental".

### MEDIDAS PROPUESTAS

Entre las medidas que Fedishoreca propone, en primer lugar se encuentra el establecimiento de cuotas de participación vinculantes de envases reutilizables. En segundo, la imposición de tasas para los envases de un solo uso que están sustituyendo al reutilizables, en especial para la lata. Y, finalmente, la implantación de sistemas obligatorios de depósito y devolución de envases de bebidas (SDDR).

Echevarría también ha expuesto las propuestas realizadas para concienciar a los ayuntamientos de las necesidades logísticas y de carga y descarga del sector. Y es que, la distribución a horeca se ve afectada por las limitaciones de acceso, circulación y estacionamiento, así como las normativas que limitan la carga máxima autorizada de los camiones. Por ello, el sector está trabajando en promover vehículos más eficientes energéticamente y menos contaminantes. Finalmente, la digitalización y la mejora del servicio, proporcionando un mayor valor añadido a sus clientes fue otro de los temas de un sector que, según Echevarría, se encuentra en "crecimiento y mejora constante".

Alimarket.es

## editorial

Siempre nos vanagloriamos que somos un país mediterráneo con una enorme variedad de productos de primera calidad generados en gran parte gracias a nuestro fabuloso clima. Somos la envidia de muchos países en lo que refiere al gran abanico de fruta y verdura que tenemos durante todo el año.

¿Cómo puede ser entonces que seamos unos de los países europeos que menos importancia le damos y que menos usamos envases reutilizables? ¿Por qué motivo seguimos tan pasivos ante la amenaza que suponen los envases de un solo uso para el medioambiente?

Seguramente llegará el día en que dejemos de mirar para otro lado ante las injusticias medioambientales pero también muy seguramente llegaremos, como casi siempre lo hacemos en este país, tarde. Demasiado tarde. *GrupVIVÓ*

## sumario

- 1 La distribución foodservice creció un 4,9% en 2017
- 2 El turismo y la hostelería impulsan el consumo de cerveza en España
- 3 Los españoles solo invertimos diez minutos en el desayuno
- 4 El consumo fuera del hogar impulsa las ventas de alimentación y bebidas
- 5 Hacia la formulación de bebidas sin conservantes artificiales
- 6 A los españoles les gustaría consumir más productos ecológicos
- 7 La producción de cervezas artesanas creció un 36% en 2017



## El turismo y la hostelería impulsan el consumo de cerveza en España

El auge del turismo, la consolidación de la recuperación económica, el impulso del sector hostelero y la estabilidad fiscal han sido los factores que han contribuido a que las compañías cerveceras comercializaran 35,7 millones de hectolitros de cerveza a lo largo de 2017, un 3,8% más que el año anterior, según el Informe Socioeconómico del Sector de la Cerveza en España 2017 elaborado por Cerveceros de España, presentado en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. El consumo de cerveza en hostelería representó el 63% del total, un 6,7% más que en 2016, y por lo tanto, la hostelería continúa siendo el principal canal de consumo de esta bebida, en línea con el patrón de consumo típicamente social prevalente en España. En este contexto, el Informe 2017 de Cerveceros de España señala que la cerveza concentra el 40% de las bebidas frías consumidas en hostelería, un 1,4% más que el año anterior.

En cuanto al patrón de consumo, los españoles siguen fieles a las pautas mediterráneas características de las bebidas fermentadas y en 2017 se ha producido un incremento del consumo de esta bebida durante comidas o cenas, afianzando su capacidad de



vector dinamizador de la actividad hostelera y de la socialización. De hecho, según el Informe, más del 90% del consumo de cerveza en hostelería tiene lugar principalmente durante la tarde, el aperitivo y la comida.

Revistaaraal.com

## Los españoles solo invertimos diez minutos en el desayuno

Siempre se ha dicho que el desayuno es la comida más importante del día y cada vez son más los expertos que resaltan los beneficios de empezar la jornada disfrutando de un desayuno saludable. Sin embargo, parece que a los españoles aún nos cuesta tener en cuenta esas recomendaciones, tal y como se desprende del I Barómetro de Rodilla sobre hábitos y tendencias en alimentación de los españoles, según el cual solamente el 42% de los españoles da mucha importancia a esta comida y hasta un 24% reconoce que no desayuna a diario entre semana, siendo el principal motivo la falta de apetito (80%).



Este dato se reafirma a la hora de desgranar cuáles son los hábitos de los encuestados durante su desayuno diario. Así, según el Barómetro elaborado por Rodilla - cadena de restauración informal, artesana, saludable y de calidad-, hasta un 38% de los españoles le dedica menos de 10 minutos. Un tiempo que, en el 64% de los casos pasan completamente solos y mientras miran una pantalla, ya sea viendo la televisión (31%) o navegando en internet (25%).

Además, un muy bajo porcentaje de españoles incluyen en su primera comida del día alimentos y bebidas como fruta (22%), tostadas con aceite y/o tomate (15%), zumos recién exprimidos (16%), infusiones (12%) o un vaso de agua (12%). Y es que, si algo se puede concluir de los resultados del Barómetro, es que a la hora de desayunar los españoles tienen muy claras sus preferencias: somos de café y dulce. Así, hasta un 68% reconoce que bebe café todas las mañanas, ya sea con leche o solo. Por su parte, hasta el 72% se decanta por dulce a la hora de comer, siendo las galletas (36%) la opción preferida, seguida de las tostadas con mantequilla y mermelada (29%).

Revistaalimentaria.es

## El consumo fuera del hogar impulsa las ventas de alimentación y bebidas

El gasto en alimentación y bebidas ascendió a 102.584 M€ en 2017, según los datos del Informe de Consumo Alimentario presentados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Un dato que supone un avance del 3,6% respecto a 2015. El consumo en hogares supuso el 88,2% del total en volumen, pero sólo un 63,9% en términos de valor.



Con más de 35.000 M€ y una cuota del 36,1% de las ventas totales de alimentación y bebidas, el consumo extra-doméstico sigue consolidando su crecimiento. Y su aportación es incluso superior, ya que los datos del Informe no incluyen el consumo correspondiente a los turistas, al corresponder a un panel de 7.500 personas a partir de las cuales se extrapola el consumo fuera del hogar de la población residente en España.

Los alimentos aportan un 68,2% del valor del mercado, frente al 24,5% de las bebidas frías y el 7,3% de las bebidas calientes. La comida se mantiene como el principal momento de consumo, con un peso del 45,1% del total, seguido de cenas (23,3%) y desayunos (16,2%). Por tipo de establecimiento, restaurantes y fast food reúnen el 46,6% de las ocasiones de consumo de alimentos, seguidos de bares y cafeterías (33,9%). Unos porcentajes que se invierten en el caso de las bebidas, con los bares-cafetería acaparando el 58,3% de las ventas de bebidas frías y hasta el 72,9% de las calientes.

Alimarket.es

## Hacia la formulación de bebidas sin conservantes artificiales

Actualmente, los consumidores están muy concienciados de la importancia que tiene para su salud la incorporación de alimentos naturales en la dieta. Asumen que tanto el uso de aditivos sintéticos como el procesado industrial hacen mermer la calidad sensorial y nutricional de los alimentos. Por ello, piden cada vez más productos libres de aditivos y con un procesado industrial mínimo. Esto ha llevado a la comunidad científica y a la industria del sector de la alimentación a unir esfuerzos para desarrollar estrategias de conservación de alimentos que sean lo más naturales posible y con el nivel de procesado imprescindible para garantizar la seguridad de los alimentos que salen al mercado. En este contexto, ha tenido lugar una colaboración entre la Universidad de Lleida y la empresa Indulleida, S.A. para desarrollar bebidas a base de zumos de frutas seguras y estables sin el uso

de aditivos artificiales. La clave para lograrlo y en lo que están investigando ambas entidades son los "aceites esenciales". Estos aceites son sustancias de carácter oleoso extraídas de plantas herbáceas, o de pieles de frutas por lo que se consideran subproductos de la industria de zumos. Se ha demostrado que estos aceites tienen actividad antimicrobiana frente a microorganismos que deterioran la calidad de los alimentos y pueden comprometer la salud del consumidor. Este hecho supone una gran oportunidad para conservar alimentos evitando el uso de aditivos sintéticos, además de aprovechar su capacidad para aportar aroma y sabor a los alimentos.



Revistaalimentaria.es

## A los españoles les gustaría consumir más productos ecológicos

Los productos ecológicos suponen un mercado en crecimiento en España y cada vez más hogares cuentan en la lista de la compra con este tipo de alimentos. Según el Barómetro Honest, un reciente estudio realizado por el Instituto Sondea para Coca-Cola, a 9 de cada 10 españoles les gustaría incluir en su alimentación un mayor consumo de productos ecológicos. Según esta consulta realizada entre más de 2.000 residentes en España, al 86% de los españoles les gustaría consumir más productos ecológicos, pero de éstos, casi la mitad no sabe cómo hacerlo, debido principalmente a cuatro barreras: precio (88%), una gama de productos limitada (73%), escasa distribución (72%) y la dificultad para diferenciarlos (45%). Pensando en las personas que quieren sumarse a la tendencia eco, Colca-Cola ofrece su nueva gama de bebidas ecológica de Coca-Cola, Honest, una gama de tés y cafés ecológicos listos para tomar menos

dulces, pero con un gran sabor, que se producen de manera responsable y sostenible. Además ha puesto en marcha la iniciativa The Honest House, un espacio que ha estado activo recreando el interior de una casa ecológica con diversos talleres, charlas y actividades en torno a esta temática. Con Honest, Coca-Cola ha ampliado recientemente su portafolio en el mercado español y por primera vez irrumpe en las categorías de bebidas ecológicas. "La iniciativa de The Honest House va en línea con la misión de Honest de acercar las bebidas ecológicas a todos los consumidores, apostando por la autenticidad del sabor y la asequibilidad del producto frente a otras referencias del mercado", según indican desde la compañía.



Coca-Cola.es

## La producción de cervezas artesanas creció un 36% en 2017

En un marco de creciente demanda de productos naturales, de calidad y elaborados de manera artesanal, la producción de cervezas artesanas registró un crecimiento del 36% en 2017, alcanzando los 170.000 hectolitros, según el Informe Especial Basic "Cervezas Artesanas" publicado recientemente por el Observatorio Sectorial DBK de Informa (filial de Cesce). En valor, la producción alcanzó en 2017 los 47 millones de euros, lo que supuso una variación del +31% respecto al año anterior. El análisis apunta que, pese a este fuerte incremento, los porcentajes de crecimiento en 2017 fueron menores a los registrados en años anteriores. Desde el Observatorio Sectorial DBK de Informa prevén un mantenimiento de la tendencia de crecimiento del volumen de producción a corto y medio plazo, estimándose un incremento cercano al 30% en 2018.



Por otro lado, destaca que el número de cerveceras artesanas sigue aumentando, registrándose 511 empresas en abril de 2018, 34 más que en abril de 2017. Por zonas geográficas, Cataluña concentra el mayor número de cerveceras, con el 20% del total, seguida de Andalucía (16%), Castilla y León (10%) y la Comunidad Valenciana (9%).

Infoaliment.com

## noticias breves

### Campari lanza una versión conmemorativa por su 150 aniversario

Campari, el icónico aperitivo italiano, lanza Campari Cask Tales, una nueva expresión de su producto creada por el herborista y Master Blender, Bruno Malavasi, que rinde homenaje al 150 aniversario del nacimiento de Davide Campari. [Revistaaraal.com](http://Revistaaraal.com)

### Expertos reivindican el uso de insectos como fuente de proteína alternativa

El uso de insectos como fuente de proteína alternativa representa una "solución mundial" ante la escasez de alimentos, con una incidencia inicial en el ámbito de la alimentación animal y, posteriormente, en el consumo humano, en un contexto en el que se estima que la demanda crecerá en un 50% a mediados de siglo. [Agroinformacion.com](http://Agroinformacion.com)

### La UE apoya a las bebidas con menor graduación alcohólica

La Comisión Europea ha propuesto remodelar las normas que rigen los impuestos especiales sobre el alcohol, allanando el camino para un mejor entorno empresarial y menores costes para las pequeñas productoras y una mejor protección para la salud del consumidor. De ese modo, da ahora la posibilidad a los Estados miembros de bajar los II.EE a bebidas con baja graduación como la sidra y las cervezas de menos de 3,5º de alcohol. [Alimarket.es](http://Alimarket.es)



## ¿Cuánto tiempo tengo para beberme una botella de vino abierta antes de que empiece a saber a rayos?

**E**s probable que en alguna noche de verano usted y sus amigos abran una botella de vino para acompañar la cena. Si no se la acaban, sepa que no vale guardar lo que queda en la botella de cualquier manera. Incluso en las mejores condiciones, los días de ese vino ya abierto están contados.

Deberá tener en cuenta el tipo de vino, la temperatura donde lo piensa conservar, el recipiente y el tapón para mantenerlo en el mejor estado. Los expertos en vino de Corporación Vinola, que elaboran vinos de Rioja, aportan las claves para que la próxima vez que decida beberlo no le sepa a rayos.

Desde el momento en el que descorchamos la botella es cuando empieza el llamado proceso de oxidación del vino, que es una reacción química que hace que el vino esté en el punto idóneo para beber. Sin embargo, si dejamos que la botella pase mucho tiempo abierta, la bebida empezará a perder su aroma y calidad.

Lo ideal será consumirlo en las 36 horas siguientes después de abrirlo, aunque dependiendo del vino, puede durar un poco más o un poco menos. "El vino tinto puede mantenerse abierto hasta una semana antes de que se eche a perder completamente, mientras que los rosados y blancos aguantan un máximo de cuatro días", explican desde Corporación Vinola.

Igualmente, al servirse una copa de la botella que lleva unos días abierta, puede fijarse en ciertas características que le

ayudarán a distinguir si el contenido sigue estando bueno. Cuando los vinos se ponen malos, su olor empieza a adquirir matices avinagrados y el color también cambia: el de los tintos se oscurece y adquiere tonos marrones, mientras que los blancos y rosados se oxidan y cambian a un color más anaranjado.

Para que la botella abierta aguante el mayor tiempo posible sin que las propiedades del vino se pierdan, es importante guardarla en un lugar adecuado. En verano, lo mejor es guardarla en la nevera, porque las temperaturas exteriores suelen superar los 22°C, que es el máximo al que deben estar. Cuanta más alta sea la temperatura, más rápido será el deterioro de la bebida.

Una vez más, el tipo de vino afecta a la temperatura en la que debemos conservarlo. Los tintos deben estar entre unos 14°C y 16°C y los blancos y los rosados entre los 5°C y los 7°C. Además, hay que evitar que esté expuesto a la luz, tanto la solar como la artificial.

Cuando recoja la mesa no tire el tapón del vino. "Hay que cerrar siempre la botella con su propio corcho", dicen desde Corporación Vinola. La corteza de alcornoque, que es el material con el que se elabora, ayuda a contener el vino y a darle la oxigenación que necesita sin que se dañe.

Puede conservar el líquido en la misma botella. Aunque, si prefiere ahorrar espacio, también puede optar por cambiarla a una más pequeña usando un embudo. En

este caso, intente llenar el nuevo recipiente lo máximo posible, "que quede un dedo entre la botella y el tapón".

Aunque estemos acostumbrados a guardar las botellas de vino en horizontal, que es lo que se hace cuando están cerradas, una vez abiertas es mejor mantenerlas en vertical. Así, concluyen los expertos en vino, "disminuye el contacto del aire con el vino y se evitan las oscilaciones de la botella".



Elpais.com

**Burbujas**  
vivo

Boletín editado por GRUP VIVÓ  
(CAVISA - SUBESA - COVICAT - VIVOCAFÉ)

Polígono Industrial "Fonsanta"  
Av. Mare de Deu de Montserrat, 8 08970 Sant Joan Despí - Barcelona.  
Telf: 933 732 343 / 933 732 943 Fax: 933 735 901  
E-Mail: info@grupvivo.com  
www.grupvivo.es - www.grupvivo.cat - www.grupvivo.com



**GRUP VIVÓ**

Las Noticias publicadas en esta revista, són una recopilación de noticias de diversas fuentes informativas del sector de la distribución y la alimentación. Grup Vivó no se responsabiliza de los comentarios de todas las noticias que no hayan estado redactadas por nuestro equipo editor.

