

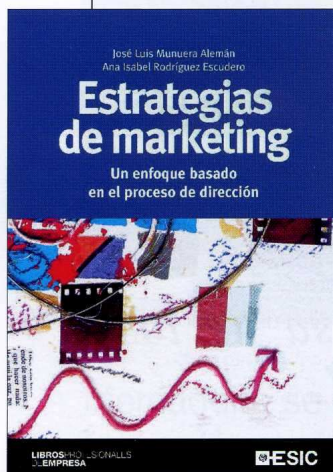


El Banc dels Aliments de Barcelona recuperó 7.353 toneladas de alimentos en 2006

La recuperación de alimentos de empresas manufactureras o distribuidoras por parte del Banc dels Aliments de Barcelona, junto a los recibidos por el Plan de Ayuda Alimentaria de la Unión Europea, alcanzó la cifra de 7.353 toneladas en 2006, que se distribuyeron entre 270 instituciones sociales debidamente homologadas, y a través de ellas se han beneficiado 50.000 personas de las 150.000 que, según datos de los organismos oficiales, padecen hambre o están malnutridas. El Banc dels Aliments de Barcelona, después de la entrega por parte de la Generalitat de Catalunya de un espacio anexo en la Zona Franca, ha aumentado considerablemente el área dedicada al almacenamiento, recepción y distribución de alimentos, y con ello la capacidad de recibir mayor cantidad para llegar a más personas, en condiciones de abastecer su dieta alimentaria eficientemente, en cantidad y calidad.

LIBROS

Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección

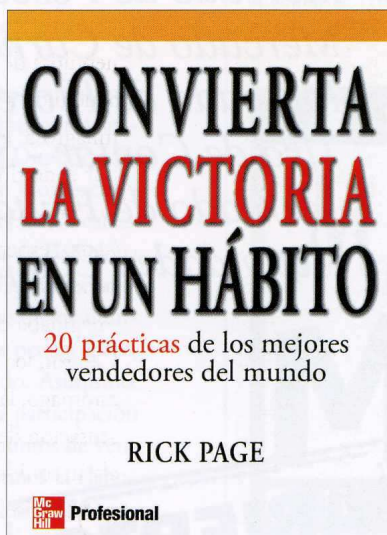


Esic Editorial acaba de publicar el libro “Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección”, de José Luis Munuera y Ana Isabel Rodríguez. Esta obra se presenta como

un extenso compendio de los principales conceptos teóricos relativos al análisis del mercado, las estrategias de marketing, su planificación y ejecución, completado todo ello con nueve casos prácticos de empresas que operan en el mercado español. La novedad de esta obra estriba en que el estudiante puede constatar que los conceptos teóricos que aparecen explicados, tienen un claro exponente real reflejado en los casos que se incluyen. Casos sobre la situación, el mercado y las estrategias de nueve empresas que operan actualmente en el mercado: Telecinco, Danone, Campofrío, NH Hoteles, Apple, Loterías y Apuestas del Estado, Benetton, Seur y Balnearios de Archena.

Convierta la victoria en un hábito

Rick Page, fundador de la renombrada empresa consultora The Complex Sale, Inc., acaba de publicar su obra “Convierta la victoria en un hábito”. En este libro, Page identifica cinco áreas universales en la eficacia de las ventas: técnica, tecnología, talento, trabajo en equipo y confianza, y muestra cómo aplicarlas de manera diferente en los cuatro niveles de la estrategia de ventas: habilidades individuales, administración de la oportunidad, administración de las cuentas y mensajería de la industria/mercado. Esto da como resultado más de 20 prácticas de las mejores organizaciones de ventas de todo el mundo, y Page enseña cómo tomar estas prácticas y convertirlas en resultados ganadores.



La Distribución Comercial en España en 2006

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Dirección General de Política Comercial, ha editado “La Distribución Comercial en España en 2006”; un estudio estructurado en tres partes: en la primera se estudian los principales indicadores económicos de la distribución comercial; en la segunda se detallan las acciones de apoyo al comercio, tanto estatales como de las comunidades autónomas, y en la tercera se analiza el marco normativo a nivel europeo, estatal y autonómico. En el estudio se destaca, entre otros aspectos, que la distribución comercial supone el 10,75% del VAB, que el consumo de los hogares sigue siendo el principal motor de la economía española y que el 86% de los consumidores están de acuerdo con los horarios comerciales.

