



MERCA

REVISTA

#13 ABRIL | 2017

▶ MERCAENTREVISTAS

▶ ENCUESTAS

▶ APOSTANDO POR EL COMERCIO DE CERCANÍA

▶ MEJORAS EN LAS INSTALACIONES

- Control de accesos y contrata de limpieza

▶ NOVEDADES DEL MERCADO

- CAMPAÑA fomento del uso de nuevas tecnologías
- WUWM me gusta mi mercado

▶ PREMIOS, VISITAS Y CONVENIOS

- Nos presentamos al WUWM

▶ MEDIO AMBIENTE

- Mercagranada, patrocinador de los Talleres Familiares de la OCG

▶ DEPORTE

- Carreras de la DIP
- Futuro: Media maratón ciudad de Granada, Carrera dos colinas 28/5

▶ CULTURA

- Valoración de la colaboración con la OCG talleres de música el 1/22 de abril
- Presentación del Festival de Música y Danza

▶ CONSEJOS Y SALUD

- Consejos para comprar frutas y verduras de temporada
- Tendencias en Alimentación
- Mercareceta Semana Santa: Bacalao

 /MercagranadaSA

 @MercagranadaSA

 @MercagranadaSA



MERCAENTREVISTAS

► MÁS CERCA DE NUESTROS CLIENTES Y DE TI

CASH DABEMAR

Polígono Industrial Mercagrana, 18
18015 Granada

www.cashdabemar.com
958 80 42 14

1. ¿Desde cuándo son usuarios de la Unidad Alimentaria y por qué decidieron instalarse en Mercagrana?

Hace ya aproximadamente 15 años que nos instalamos en la Unidad Alimentaria. Por su localización, nos pareció un lugar estratégico para poder aprovechar al máximo las posibilidades comerciales que ofrece el sector alimentario en la provincia de Granada.

2. Actualmente cuentan con una nave de 3.500 m2, en donde el cliente puede encontrar todo lo necesario para su comercio. Describanos cómo es.

En Cash Dabemar, como almacén mayorista, el cliente puede encontrar todo tipo de productos relacionados con el sector de la alimentación, así como lo necesario para su droguería y, también, cualquier tipo de bebida.

3. ¿Cuáles son las principales ventajas de abastecerse en Cash Dabemar?

Diría que nuestros precios, principalmente, ya que son muy competitivos. Por otro lado, nos caracterizamos por ofrecer una atención al cliente rápida y dedicada, algo que nuestros clientes vienen reconociéndonos año tras año.

4. ¿Cuál es el secreto para que Cash Dabemar sea líder en su sector?

Volviendo a la anterior pregunta, en Cash Dabemar apostamos por mantener unos precios lo más competitivos posible. De ahí que trabajamos continuamente con promociones semanales y mensuales. Todos los artículos disponibles en nuestro establecimiento van rotando en este circuito de promociones y descuentos.

5. ¿Qué le parece la iniciativa de Mercalink?

Una muy buena iniciativa, desde luego. Lo más importante, bajo mi punto de vista, es que nos permite adaptarnos a los tiempos que corren y aprovechar las posibilidades del sector de una manera verdaderamente eficiente y sencilla para todos.

CASH DABEMAR
CASH & CARRY

USUARIOS DE MERCALINK



BOQUE BAR

Camino de Ronda, 100 - 18004 Granada
958 08 99 74
www.boquebar.es

1. Entre café y café, ¿cuánto tiempo ha pasado ya desde que nació Boqué Bar?

Pues dos años ya. Entre cafés, cervezas, vinos y copas. Tuvimos la suerte de empezar con muy buen pie, resultando ganadores del Concurso Granada de Tapas de 2015 con tan sólo un mes de vida. Este reconocimiento nos dio un gran empujón nada más iniciar nuestra actividad. A partir de ahí, todo ha sido ponerle muchas ganas y esfuerzo para conseguir un concepto de gastronomía informal, diferente y de calidad en Granada, con un buen servicio y con un precio justo.

2. ¿Quiénes son los principales clientes de Boqué Bar y por qué suele decantarse a la hora de elegir en su establecimiento?

Son clientes que buscan sabores especiales, con trabajo en las elaboraciones, un servicio cercano, detallista y, cómo no, en un lugar acogedor, moderno y agradable. Para aquellos que buscan compartir con los amigos una experiencia gastronómica diferente y divertida.

3. ¿Qué balance hace de su trayectoria este último año?

Buena, la verdad. Estamos consolidando nuestra marca y puliendo todos los aspectos que nos hacen diferente a los demás. Cada vez son más los amigos que se acercan a conocer nuestra propuesta gastronómica y salen encantados.

4. ¿Alguna recomendación de la casa para quienes hacen un alto en su jornada y se acercan por Boqué Bar?

Creo que tenemos unas de las mejores costillas a la brasa de Granada, hechas en dos cociones;

el pulpo a la brasa es otro de nuestros platos de referencia, glaseado con ajonegro y acompañado con un puré de patata y vainilla; y, por supuesto, el arroz meloso. Todas las semanas hacemos un delicioso arroz, diferente, con productos de temporada.

5. ¿Cuáles cree que son los deberes básicos de cara al público?

El servicio es uno de los elementos fundamentales de un establecimiento de hostelería. Es parte fundamental de la experiencia gastronómica y hace que cualquier cliente pueda disfrutar aún más de una buena comida. En Boqué intentamos tener un trato cercano con nuestros clientes, explicándoles las elaboraciones de los platos, recomendándoles vinos y haciendo que se sientan como en casa. Queremos que cuando vengan a visitarnos, disfruten en un ambiente familiar y agradable.



CAFE ISRAKI

Calle Duquesa, 31 - 18001 Granada
664 05 37 66

1. ¿Cuánto tiempo ha pasado ya desde que Café Israki abrió sus puertas?

Nació en 2014 como escapatoria a la difícil situación laboral que se vivía en ese momento. Raquel e Israel, sus propietarios, se habían trasladado de Barcelona a Granada durante esas fechas y, ante la escasez de ofertas laborales, decidieron iniciar este proyecto por su cuenta y riesgo.

2. Quiénes son los principales clientes de Café Israki? ¿Por qué productos de la carta suelen interesarse especialmente?

Nuestros principales clientes son estudiantes universitarios de las facultades de Derecho, Ciencias Políticas o Trabajo Social. Por cercanía, precios competitivos y calidad, la gran mayoría se convierten en clientes habituales.

3. ¿Qué balance hace de 2016?

Este último año nos ha servido para asentarnos y empezar a crecer como negocio. Hemos aprendido a marchas forzadas y, aunque aún nos queda mucho que seguir aprendiendo, hoy nos sentimos más seguros con nuestro pequeño Café Israki.

4. ¿Alguna recomendación de la casa para quienes disfrutan de una pausa en las clases o durante el estudio?

Cualquiera de nuestros desayunos; con café de tueste natural, pan del día y los mejores ingredientes. Por las tardes, sin embargo, recomendaríamos nuestros creppes y gófres hechos artesanalmente con masa casera.

5. ¿Cuáles cree que son los deberes básicos de cara al público?

La persona que acude a un negocio de hostelería no paga solo por una buena comida, sino por todo lo que a esta rodea. El ambiente del local, el trato, la limpieza y el cuidado de los detalles... Nosotros nos esforzamos en todo esto para que cada uno de nuestros clientes salga de Café Israki con la idea de volver.

6. ¿Desde cuándo es usuario de la Unidad Alimentaria y por qué decidió abastecerse en Mercagranada?

Desde el principio de nuestra actividad trabajamos con empresas relacionadas con Mercagranada, y lo seguiremos haciendo así. Consideramos a Mercagranada como garantía de calidad y cuidado al cliente.

7. ¿Qué le atrae de Mercalink y por qué cree que formar parte de esta plataforma de encuentro comercial beneficiará a su comercio?

Mercalink no es solo una forma de publicitarse ante posibles clientes. Es, también, una fabulosa herramienta de dar a conocer el sector, ver cómo evoluciona y obtener entre todas nuevas ideas para mejorar la situación particular de cada negocio adherido.



HECHIZO ANDALUZ, ALMAZARA

Cortijo, Camino de Elvira,
18569 Montillana, Granada
669 47 74 09

www.hechizoandaluz.com/

1. ¿Cómo presentaría Hechizo Andaluz a nuestros lectores?

Hechizo Andaluz es una empresa familiar, joven y dinámica pero a la vez con larga tradición olivarera. Nuestros padres y abuelos se han dedicado desde pequeños a cultivar y cuidar con mimo los olivos entre los cuales hemos crecido. Nuestras fincas están ubicadas en Cortijo Elvira, en el municipio de Montillana.

En 2009, apasionados por nuestra tierra y contando con la sabia ayuda de nuestros padres, seguimos con la tradición familiar a través de un cuidadoso cultivo del olivo, una recolección de la aceituna en su momento óptimo, así como su transporte y molturación en el mismo día, además de iniciar la comercialización de nuestros productos.

Con los lunares, abanicos y claveles mostramos la pasión y el arte de nuestra tierra. Nuestro objetivo es que el cliente se lleve Andalucía en una botella.

Actualmente contamos con tres tipos de aceites vírgenes extra de máxima calidad: ecológico, cosecha temprana y convencional, en diferentes formatos.

2. ¿Cuáles son las razones que daría a un granadino para apostar por productos locales? ¿Y para comprar en una tienda de barrio en lugar de una gran superficie?

Creemos que hay que incentivar al consumidor granadino a tener más amor propio por nuestra tierra, tan valorada por otros consumidores de fuera. Hacerles entender que Granada está llena de pequeños y magníficos productores locales en todos los ámbitos.

3. ¿Qué le atrae de Mercalink y por qué cree que formar parte de esta plataforma de encuentro comercial beneficiará a su establecimiento?

Llevamos ya un par de años colaborando con Mercalink y su plataforma, principalmente, en eventos y degustaciones de productos granadinos. ¿Por qué? Es precisamente en los pequeños establecimientos y tiendas especializadas donde el consumidor va a tener un trato exclusivo y una información de los productos real y cercana. Por ello, las acciones comerciales conjuntas aúnan fuerzas entre las diferentes empresas y genera sinergias para seguir avanzando en la comercialización y conocimiento de nuestra tierra.



FOODFOTO

Fotografía de Alimentos, Publicidad, Eventos
Gastronómicos, Catálogos, Book para alumnos.
Rakelrubiofoto@gmail.com
www.foodfoto.es

1. ¿Podría presentar su negocio a los lectores de la Mercarevista?

Mi nombre es Raquel Rubio. Decidí ser

fotógrafa por vocación, tras cursar estudios de Grado en Fotografía Artística comienzo mi trayectoria profesional para más adelante ampliar conocimientos con los estudios superiores de Publicidad Especializada en Fotografía Gastronómica y de producto publicitario trabajado para pequeñas y grandes empresas entre las que podemos destacar AOVE ORODEAL, ECOSPAIN, MÁS MENÚ, PIZZERÍA LA TUTTORIA etc. Me apasiona la comunicación. Por eso, en cada fotografía o proyecto cuido hasta el último detalle para captar la atención del cliente final, realizando del producto, sus características y bondades. Realizamos reportajes de alta calidad visual para catálogos publicitarios, e-commerce, web, láminas, tótem, etc.

2. ¿Desde cuándo conoce la Unidad Alimentaria y qué es lo que le liga a ella?

Tomo contacto con Mercagranada a través de Mercarest, en 2014, durante una Jornada Gastronómica. Este evento fue realizado en Mercagranada para dar a conocer los Mayoristas y el Canal Horeco.

3. ¿Qué le parece la iniciativa de Mercalink?

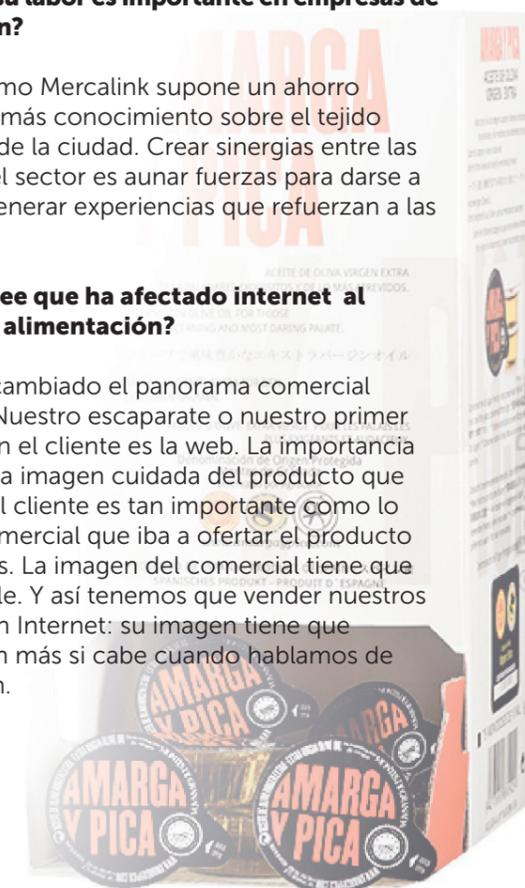
Creo que es una iniciativa muy interesante: reunir las empresas del sector que están interesadas en mantener contacto entre ellas.

4. ¿Por qué su labor es importante en empresas de alimentación?

Una web como Mercalink supone un ahorro de tiempo y más conocimiento sobre el tejido empresarial de la ciudad. Crear sinergias entre las empresas del sector es aunar fuerzas para darse a conocer y generar experiencias que refuerzan a las empresas.

5. ¿Cómo cree que ha afectado internet al sector de la alimentación?

Internet ha cambiado el panorama comercial tradicional. Nuestro escaparate o nuestro primer contacto con el cliente es la web. La importancia que tiene una imagen cuidada del producto que ofrecemos al cliente es tan importante como lo era la del comercial que iba a ofertar el producto a sus clientes. La imagen del comercial tiene que ser impecable. Y así tenemos que vender nuestros productos en Internet: su imagen tiene que cuidarse, aún más si cabe cuando hablamos de alimentación.



FRUTERÍA RICO PEREZ

Calle Laurel 4, Otura
654 45 47 28

1. ¿Desde cuándo es usuario de la Unidad Alimentaria y por qué decidió abastecerse en Mercagranada?

Somos usuarios de la Unidad Alimentaria desde hace unos 3 años, mayo de 2014, concretamente. Básicamente porque en Mercagranada lo encuentro todo: producto local, de Andalucía e, incluso, del extranjero. Carne, pescado, fruta tropical... Sea lo que sea, hay muchas facilidades y muy buen género.

2. ¿Por qué es importante fomentar la ingesta de fruta en la dieta mediterránea en lugar de consumir tanta carne?

Como agricultor que soy, creo que la manera en la que se trata la fruta y la verdura, más aún si es autóctona, es mucho más respetuosa con sus propiedades nutritivas. Por ejemplo, cuando yo siembro, no utilizamos productos fitosanitarios que puedan alterar las mejores propiedades del producto. Además, el producto fresco viene más limpio, facilitando la digestión.

3. ¿Cuáles son las razones que daría a un granadino para apostar por productos locales? ¿Y para comprar en una tienda de barrio en lugar de una gran superficie?

Los productos granadinos son muy buenos, sinceramente. Te pongo el ejemplo de nuestras alcachofas, que están ahora de temporada: redondas, "apretás"... poquitos sitios las tienen así. Además, no olvidemos que estamos abasteciendo de productos a nuestros vecinos, suministrando los que consumen quien vive al lado nuestra. Si no nos ayudamos entre nosotros, ¿quién lo va a hacer?

En la tienda de barrio, por otro lado, el trato al cliente es infinitamente mejor que en una gran superficie. Otro ejemplo: te sale un melón malo o unos aguacates feos. Pues yo te doy otro. En una gran superficie esa disposición a reponerte el género en mal estado no la tienen. Hay gente que ni se atreve a decírselo al trabajador de turno, mientras que nosotros te lo cambiamos directamente.

Por último, en la tienda de barrio es donde se encuentra el producto autóctono, de nuestro terreno. En Frutería Rico Pérez tenemos muy buen trato con un par de campesinos, quienes nos reservan una parte del producto fresco recién recogido para venderlo ese mismo día en el negocio. Espárragos, espinacas, lechugas... todo

a primera hora de la mañana. Además, es muy importante ayudar a la comarca de Granada.

4. ¿Qué le atrae de Mercalink y por qué cree que formar parte de esta plataforma de encuentro comercial beneficiará a Frutería Rico Pérez?

Lo que más nos atrae es la publicidad, que no es poca. Fomentar Mercagranada, Mercalink y los productos locales nos interesa a todos los miembros del sector alimentario en la provincia de Granada. De esta manera, nos conoce más gente, así como también se exponen los productos del terreno. Muchas facilidades para crecer, en definitiva.

NEW BURGUER

Camino de Ronda, 130
18003 Granada
622 58 35 60

1. ¿Podría presentar New Burger a los lectores de la Mercarevista? ¿De dónde surgió la idea de este negocio?

Abrimos el 7 de septiembre de 2015. Nos gusta la comida americana y creímos que a la gente también le podría gustar la idea de un sitio especializado en platos típicos americanos. La verdad es que, desde que comenzamos, no hemos parado de crecer. Cada día viene más gente por aquí. Nuestros principales clientes son gente universitaria, gracias a la promoción de la hamburguesa de buey con patatas fritas y bebida por tan solo 6€.

2. ¿Cuáles suelen ser sus mejores clientes y a qué se debe su gran éxito?

El rango de clientes va desde los 17-18 años hasta los 50-60. Estamos enfocados a todos los públicos, tanto gente de edad avanzada como estudiantes. La calidad ofrecida es fabulosa y el precio, muy ajustado. Las reseñas en Google, Facebook o Tripadvisor dan buena cuenta de la relación calidad precio. Internet funciona como el boca a boca, y de ahí viene nuestro éxito.

3. ¿Alguna recomendación en especial que podamos encontrar en la carta de New Burger?

Lo que más recomendamos es la hamburguesa de carne de buey; también tenemos de ternera o de crispy chicken, totalmente recomendamos. Pero la más vendida, repetimos, es la de buey. En cuanto a hamburguesas especiales, la Jack Daniel, hecha a base de salsa de bourbon, es una de las más vendidas.

PERSONAJE DE MERCAGRANADA

BRAULIO DÍEZ GARCÍA

Club atletismo Armilla

1. ¿A qué edad empezó a correr, qué modalidad es su fuerte?

A los 30 años, más o menos. Personalmente, me gusta mucho participar en las medias maratones (21 kms.)

2. ¿Cuánta dedicación requieren los entrenamientos diarios?

Normalmente entreno 5 días a la semana: dos de ellos los dedico a hacer series, otros tantos a rodar tranquilamente y los domingos sí que me atrevo con una tirada larga de unos 18 kilómetros de media.

3. ¿Lleva bien la compaginar el trabajo con el deporte?

Perfectamente. Basta con dedicarle una hora diaria a salir a correr, por lo que no interfiere para nada con mi jornada laboral.

4. ¿Qué le parece el Gran Premio de Fondo Diputación de Granada - Cruzcampo?

Me parece un circuito fabuloso y muy bien pensado, sobre todo, porque te motiva a participar en numerosas de las carreras programas e intentar mejorar tu marca personal a medida que avanza el Gran Premio.

5. ¿Cuál cree que es la carrera más dura del circuito?

Carreras duras, hay muchas. Pero si tuviera que elegir alguna, esa sería la de Órgiva, que, por otra parte, plantea un recorrido precioso.

6. ¿Qué le parece que Mercagranada patrocine este tipo de eventos?

Me parece muy acertado, un ejemplo. Cualquier iniciativa o apoyo empresarial que pretenda fomentar la práctica deportiva, y en concreto el atletismo, solo puede calificarse como algo muy positivo para nuestra provincia.

7. ¿Qué le diría a la gente para que se anime a correr y participar en estas competiciones?

¡Qué corran! Que se animen y corran. Le hace a uno sentirse mejor consigo mismo, implica superarse a uno mismo, plantearte retos...y, cómo no, es maravilloso para ampliar tu círculo de amistades y conocer a mucha gente con hábitos de vida saludables.



¿quieres ser tú el proximo protagonista?

Contacta con nosotros mediante email (mercalink@mercagranada.es) o whatsapp (651 719 725)



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es

CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN

**CANALES PARA SU
ATENCIÓN:**
Oficina Virtual
info@mercagranada.es

Tlf. de Oficina:
958 276 300

Tlfs. de Mercado:
625 198 091- 625 198 092

Contacte directamente
con el personal de
Atención al Cliente
de Mercagranada

También podemos atenderle en
nuestra Nueva Oficina

Horario	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADOS
DE	09:00h	04:00h	04:00h	04:00h	04:00h	04:00h
A	13:00h	13:00h	13:00h	13:00h	12:00h	12:00h



Nos importa tu opinión

► Mercagranada recibe un notable alto en 2016

Las encuestas planteadas han sido tres: grado general de satisfacción de los clientes, valoración de la Oficina Virtual y percepción de imagen de marca de Mercagranada.

En Mercagranada valoramos mucho la opinión de nuestros clientes y usuarios. Por ello, cada año recabamos información que nos ayude a evaluar su percepción de la Unidad Alimentaria y nuestras iniciativas en general. El objetivo es obtener resultados cuantificables que nos permitan realizar un seguimiento de los servicios prestados e identificar de igual manera aquellos susceptibles de mejora, según la opinión y las expectativas personales de nuestros clientes y usuarios habituales.

Las encuestas realizadas en 2016, y de la que ahora obtenemos los resultados, nos han ayudado a conocer qué opinan nuestros clientes y usuarios sobre tres asuntos fundamentales, que son: el grado general de satisfacción de los clientes, una valoración de la oficina virtual y su percepción de la imagen de Mercagranada.

La encuesta general de satisfacción de clientes se ha planteado este año en torno a 14 variables, entre las que destacan la atención al cliente, el compromiso social, la comunicación, seguridad, gestión de residuos o economías de escala, entre otros. En casi todas ellas Mercagranada recibe un aprobado con holgura, recibiendo las mejores valoraciones, por orden, en: atención al cliente (7,93), compromiso social (7,50) y comunicación (7,15). Respecto a la evolución histórica, Mercagranada ha repuntado en el último año y consigue la segunda mejor nota (6,85) del último lustro.

La encuesta sobre la Oficina Virtual de Mercagranada, por su parte, se ha llevado a cabo mediante un cuestionario incluido en el mensaje de bienvenida a la plataforma. La puntuación obtenida en el 2016 ha sido de 7,14, puntos frente a los 6,20 del año 2015. Durante este período, la web ha sido visitada en 5.917 ocasiones. Los grupos que hacen mayor uso de esta han sido operadores, seguidos del personal; los accionistas y minoritas son los que menos la visitan.

Por último, para la medición del conocimiento de la marca Mercagranada se han realizado dos tipos de encuestas: una dentro y otra fuera de la unidad alimentaria. Dentro de la Unidad Alimentaria, la media del grado de conocimiento de nuestra marca ha sido de 7,79; mientras que en el exterior ha sido de 7,50. Entre ambos, la media general se sitúa en 7,64 puntos, lo que supone una mejora relevante frente a los 6,69 que se obtuvo el año pasado. Para llegar a estos resultados, se plantearon cuatro preguntas básicas: conocimiento de la marca, información mediante nuestros canales comunicación corporativos, conocimiento de los servicios ofrecidos y si consideran a Mercagranada como referente en el sector de la alimentación.

MERCAGRANADA APUESTA POR POTENCIAR LA COMPRA EN EL COMERCIO DE CERCANÍA CON MERCALINK

En un momento en el que las grandes superficies abruman al consumidor por lo impersonal de su espacio y lo frío de su trato, Mercalink vuelve a destacar y potenciar las ventajas de comprar en el comercio de cercanía.

Mercalink es una idea original de Mercagranada que nació en 2015 con el objetivo de fortalecer la colaboración y potenciar la compra en el comercio de cercanía dentro del sector de la alimentación y la gastronomía en la provincia de Granada. Una web donde aquellos negocios asociados - empresas situadas en Mercagranada, productores, detallistas y canal HORECO - pueden beneficiarse de una imagen de marca común y promocionar así sus propios establecimientos y sus productos. A día de hoy, este portal online sirve como soporte de trabajo colaborativo, tanto a nivel comercial como comunicativo, y cuenta con más de 400 inscritos.

En un momento en el que las grandes superficies, ya sean centros comerciales o hipermercados, abruman al consumidor por lo impersonal de su espacio y lo frío de su trato, este novedoso "ágora alimentario" favorece la creación de sinergias comerciales dentro del comercio minorista y los establecimientos tradicionales: un privilegiado mercado donde ofrecer productos y servicios de la manera más cómoda, económica y rápida posible. Mercalink vuelve a destacar y potenciar las ventajas de comprar en el comercio local. De la cercanía y la familiaridad. De la calidad y la frescura en los productos kilómetro cero. De la tienda de nuestro barrio.

Las innumerables ventajas que ofrece el mundo virtual, gracias a una comunicación más directa y cercana, han convencido a centenares de comercios locales para unirse a Mercalink: aprovisionamiento integral, asesoramiento

personalizado, oficina virtual, información permanente (24h.), descuentos, actividades y formación, etc. Todos ellos coinciden en que esta plataforma constituye un impulso para su negocio y pueden llegar a un mayor número de clientes potenciales desde el minuto cero. El hecho de que Mercalink sea un proyecto iniciado por las muchas empresas que mantienen vínculos con Mercagranada no lo convierte en una comunidad cerrada, sino todo lo contrario. Mercalink se define como un espacio abierto y totalmente dedicado al público, uniendo a todos los actores locales bajo un mismo paraguas de colaboración comercial: el cliente que acceda podrá conocer al instante lo mejor de los establecimientos registrados y beneficiarse de promociones y ofertas exclusivas. A golpe de click. Mercalink pone a vuestra disposición el espacio; vosotros, los alimentos.



La Gastronomía Granadina se encuentra en:



HAZLO TÚ MISMO:

- 1 DATE DE ALTA SIN COSTE**
ACCEDE A MERCALINK.ES Y CLICKA EN "INSCRÍBETE"
- 2 ACCEDE A TU PANEL PRIVADO**
LLEGARÁN A TU EMAIL TU USUARIO Y CONTRASEÑA
- 3 GESTIONA TU CONTENIDO**
DESDE TU PANEL PRIVADO, ES MUY SENCILLO E INTUITIVO
- 4 ¡PUBLÍCALO!**
MANTEN ACTUALIZADA LA INFO DE TU EMPRESA

¡TE ECHAMOS UNA MANO!

Si tienes dudas o dificultades en los anteriores pasos o no dispones de demasiado tiempo **Envía la información** de tu empresa a nuestro whatsapp:  **651 719 725**

Adjunta texto e imágenes en los mensajes. Explícanos las promociones destacadas que quieras que se publiquen y no olvides indicar quién eres.

¡En pocas horas tendrás tu información totalmente actualizada en el portal!

MEJORAS

EN LAS INSTALACIONES

► CONTROL DE ACCESOS Y CONTRATA DE LIMPIEZA

Mercagranada continúa su programa de reformas en la Unidad Alimentaria

Las renovaciones suponen una mejora sustancial de las infraestructuras en el control de accesos y la contrata de servicios integrales de limpieza, principalmente.

Mercagranada continúa con su programa de mejoras en las instalaciones de la Unidad Alimentaria. Así, durante el primer trimestre de 2017, se han finalizado las obras de acondicionamiento del vial de acceso a la Unidad Alimentaria. Este proyecto incluía el reasfaltado del vial y pintado de líneas de circulación, así como la ejecución de nuevos acerados. Además, se han renovado las canalizaciones de electricidad, agua y alcantarillado.

En la lista de mejoras en fase de concurso público, Mercagranada tiene previsto centralizar todos los servicios integrales de limpieza, jardinería y recogida de residuos de la Unidad Alimentaria. Asimismo, se instalará una nueva red de

distribución de agua potable que pretende mejorar el servicio existente y reducir el consumo de agua provocado por las fugas en la red actual.

En fase previa a licitación pública, por su parte, se está definiendo un proyecto para mejorar las condiciones de las instalaciones de seguridad, servicio de vigilantes y auxiliares. Con ello se pretende mejorar, por un lado, los servicios actuales de vigilancia, y, por otro, en la actual infraestructura de seguridad. Además se instalará un nuevo sistema de control de accesos mediante reconocimiento de matrículas y pago automático para agilizar la entrada de vehículos a la Unidad Alimentaria.

Estas renovaciones suponen una mejora sustancial de las infraestructuras actuales y vienen motivadas por el compromiso de ofrecer unos servicios de calidad a los cientos de operadores y usuarios que cada día se encuentran en el Mercagranada.



alquiler de espacios disponibles y parking

► Mercagranada: el lugar ideal para situar tu empresa

En Mercagranada nos adaptamos a tus necesidades y te acompañamos en la búsqueda del perfecto hogar para tu empresa. Ofrecemos confianza, seriedad, profesionalidad, dedicación y cercanía en tus relaciones comerciales.

Desde su creación, Mercagranada ha evolucionado para convertirse en el Centro Logístico y de Servicios especializado en Alimentación de referencia en la provincia de Granada. En la actualidad, Mercagranada cuenta con más de 120 empresas que conforman una Unidad Alimentaria moderna, segura, dinámica e integradora. Ya sean quienes se dedican a las actividades más tradicionales del mercado de frutas y verduras, pescado, carne, o aquellos que se decantan por constituirse como una empresa distribuidora, Mercagranada logra potenciar la conexión y el flujo comercial entre todos y cada uno de quienes formamos parte de esta gran familia.

Las empresas situadas en nuestra Unidad Alimentaria y la merca trabajan constantemente en la búsqueda de nuevas oportunidades comerciales en beneficio de la economía local, lo que hace que nuestras instalaciones se conviertan en el espacio ideal para situar su empresa, especialmente si su sector es el de la Alimentación y Distribución en la provincia de Granada: más de 70 se concentran en torno a dicha actividad, además de un abanico de empresas que prestan servicio externo a los clientes internos (mayoristas) y clientes externos (detallistas y resto de clientes).

Si estás buscando el lugar perfecto donde emplazar tu negocio, en Mercagranada ponemos

a tu disposición una selección de espacios con la mejor oferta en módulos, locales, parcelas y oficinas en alquiler, con seguridad y vigilancia, además de restaurantes, bancos, cafeterías y una gasolinera junto al propio recinto. Ofrecemos actividades y servicios complementarios como asesoría comercial, consultoría y una zona de parking así como de carga y descarga para los más de 1.800 vehículos que entran y salen a diario de nuestro mercado, vigilados siempre con un circuito cerrado de vídeo y bajo estricto control de acceso.

Nos adaptamos a tus necesidades y te acompañamos en la búsqueda del perfecto hogar para tu empresa. Ofrecemos confianza, seriedad, profesionalidad, dedicación y cercanía en tus relaciones comerciales.

Contacta con nosotros a través de correo comercial@mercagranada.es, teléfono (958 276 300.) y en Facebook ([MercagranadaSA](https://www.facebook.com/MercagranadaSA)) para informarte de todas las ventajas que ofrecen nuestros servicios adicionales.

Buscamos la diferencia en beneficio de tu negocio. Porque Mercagranada piensa en ti.

NOVEDADES del mercado

- **CAMPAÑA PARA EL FOMENTO DEL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS**
Da a conocer tu negocio al mundo (Guia my business)

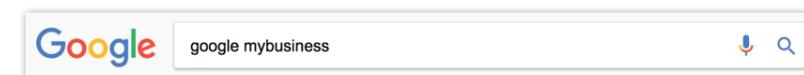
GUÍA PARA LOCALIZAR TU EMPRESA EN GOOGLE MY BUSINESS

Puedes hacerlo desde el ordenador o desde la aplicación móvil. ¡Tú decides!



DESDE EL ORDENADOR

1. Introducir en el buscador "Google Mybusiness" y hacer click en la primera opción para acceder a la página.



2. Una vez en la página, pinchar en "Empezar ahora". A continuación iniciarás sesión con tu cuenta de correo electrónico de Gmail. Entraremos a un formulario para introducir los datos de nuestra empresa:

3. Seleccionar el apartado que se desea modificar individualmente o seleccionar Editar, y configura el formulario con tus datos de tu empresa.



4. ¡Ya puedes comenzar a configurar tu negocio con fotos e información de interés!

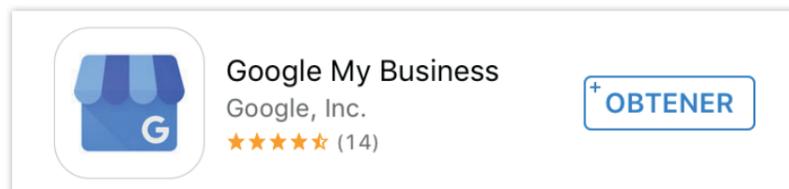
5. Deberás de verificar tu cuenta mediante un código que Google MyBusiness mandará a tu negocio mediante una tarjeta postal.





DESDE EL MÓVIL

1. Instala la aplicación de Google My Bussines.

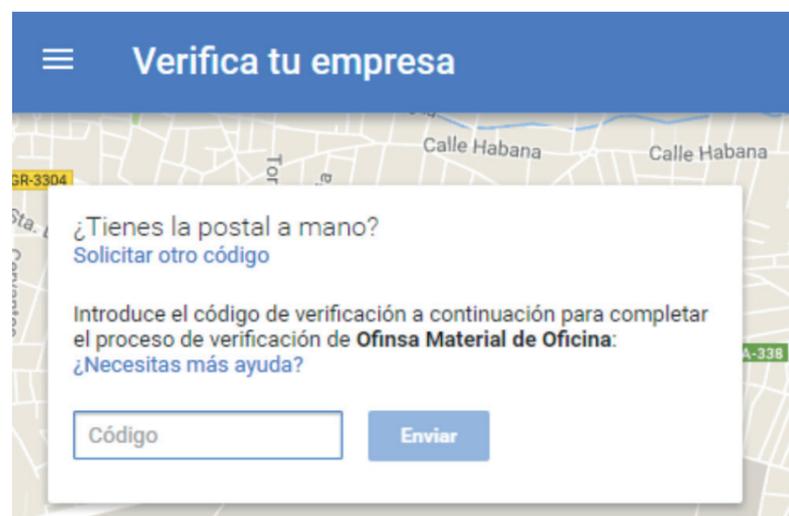


2. Abre la aplicación Google My Business. Introduce la cuenta de correo de Gmail con la que vas a dar de alta tu empresa. Pincha en "Añade tu empresa" y edita la información de tu empresa con todos los datos.



3. Introduce la información en el formulario que aparece y acepta. ¡Ya puedes personaliza tu empresa con fotos e imágenes!

4. Verifica tu negocio: te enviarán una postal con un código en el plazo de 15 días que deberás introducir en este apartado.



► WUWM ME GUSTA MI MERCADO.

Mercagranada vuelve a sumarse a la campaña mundial Love Your Local Market (LYLM). Bajo el lema "Mercados para la Nueva Generación", la campaña pretende apoyar a jóvenes clientes y nuevos comerciantes

Un año más, **Mercagranada** se ha sumado a la campaña mundial "Me gusta mi Mercado 2017" -Love Your Local Market (LYLM) 2017- iniciativa promovida para el apoyo al comercio local que agrupa diversas propuestas para la reactivación y dinamización del comercio en los mercados tradicionales y que se desarrolla en ciudades de todo el mundo: España, Reino Unido, Francia, Alemania, Holanda, Polonia, Italia, Irlanda, Bélgica, Grecia, Dinamarca, Suecia, Hungría, Serbia, Hong Kong y Estados Unidos.

Surgida en el Reino y apoyada por **WUWM** desde 2014, esta campaña promovida a nivel internacional por la World Union of Wholesale Markets se celebrará en mayo - ¡el "Mes de los Mercados"! - bajo el lema "Mercados para la Nueva Generación". La campaña se centrará en la juventud, no sólo para atraer a clientes jóvenes sino también a nuevos y jóvenes comerciantes; además de dar apoyo a nuestros mercados municipales, fundamentales para la vida de los barrios gracias a su servicio cercano y de calidad como líderes en la venta de productos frescos. Las acciones promocionales se trabajarán principalmente en redes sociales con el objetivo de que los consumidores interactúen activamente con su mercado local. Talleres de cocina, entretenimiento local, descuentos, rifas... Cada mercado que participe, organizará también actividades especiales en su ciudad durante la campaña para crear un ambiente divertido y enriquecedor junto al público asistente.

¿Y tú? ¿Tienes previsto participar en "Me gusta Mi Mercado 2017" junto a Mercagranada? ¡Únete al mayor evento de los mercados de todo el mundo! En 2016 más de 2.500 mercados de 16 países participaron en la campaña. Apoya el comercio local. Apoya el deporte. Apoya la dieta sana desde la infancia. Conoce los alimentos. Pero, sobre todo, come sano y compra en tu comercio cercano.

your local market

estima el teu mercat

mon marché

την αγορά μου

o teu mercado

Ik van mijn markt

DIT LOKALE MARKED

din lokala handlare



PREMIOS, VISITAS Y CONVENIOS

► MERCAGRANADA PRESENTA SU CANDIDATURA A LOS PREMIOS WUWM 2017

El jurado busca premiar "la excelencia en actividades que promueven una alimentación saludable", reconociendo la labor de mercados mayoristas y la cadena de suministro de menor escala en dicha promoción.

Mercagranada ha presentado formalmente su candidatura a los Premios World Union of Wholesale Markets (WUWM) 2017, bajo el tema "la excelencia en actividades que promueven una alimentación saludable". En esta edición, el jurado busca premiar la unión entre alimentación y productos de calidad con el reconocimiento a la labor que desempeñan los mercados mayoristas, así como la cadena de suministro de menor escala, en su promoción.

Nuestra candidatura muestra a Mercagranada como un referente a la hora de promover una alimentación y hábitos de vida saludables entre la comunidad granadina. En un contexto protagonizado por el papel fundamental que desempeña la cadena de abastecimiento de menor escala, Mercagranada coge la iniciativa y apuesta por una alimentación sana fortaleciendo la colaboración entre las empresas minoristas del sector de la alimentación y la gastronomía en la provincia de Granada.

Las iniciativas promocionales lideradas por Mercagranada pretenden visibilizar y construir marca entorno a la alimentación saludable, de manera directa o indirecta, gracias a la identificación de nuestra Unidad Alimentaria con una serie de valores corporativos asociados a nuestra actividad empresarial principal: el suministro de productos frescos.

Mercagranada es hoy el elemento vertebrador del sector alimentario en la provincia de Granada, uniendo a todos los actores locales bajo un mismo paraguas de colaboración comercial. Una marca común que crea riqueza para la región, apostando por los productos autóctonos, los llamados km 0 y educa en hábitos alimentarios saludables entre más de 1.000.000 de habitantes.

Son más de 40 años participando en la vida de todos los granadinos que han contribuido a hacer de Mercagranada lo que es hoy.

MEDIO AMBIENTE

► MERCAGRANADA REAFIRMA SU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

La gestión medioambiental de la Unidad Alimentaria, caracterizada por la innovación constante, presta especial atención a la disminución progresiva de los consumos de electricidad y agua, así como la gestión y vertido de residuos.

En **Mercagranada** estamos concienciados con el entorno que nos rodea, y por ello trabajamos con el objetivo de fomentar la Responsabilidad Social y Medioambiental. Un compromiso que implica un uso racional de los recursos existentes, gracias a una gestión medioambiental caracterizada por la innovación constante, y que presta especial atención a la disminución progresiva de los consumos de electricidad y agua, así como la gestión y vertido de residuos.

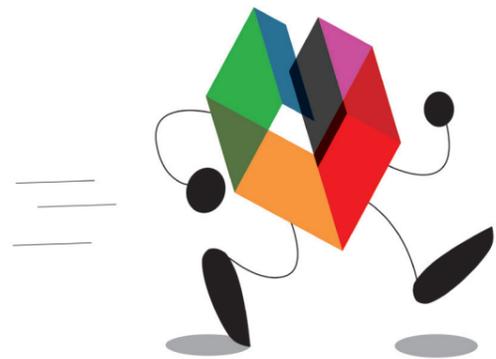
Entre las inversiones realizadas en Mercagranada durante 2016, mediante licitación por el procedimiento abierto, que afectan al consumo de energía y agua destacan la instalación de variadores de frecuencia en los sistemas de generación de frío de las cámaras de conservación, la reforma de aseos y el cambio de contadores eléctricos o la protección de los equipos de ahorro energético. Gracias a ello, el consumo eléctrico de la Unidad Alimentaria ha disminuido en 2016 un 0,69%. Además, la instalación de contadores

en los servicios será muy útil para tener regular el consumo global de cada nave y así detectar con tiempo posibles averías.

El nivel de separación de residuos en 2016 ha sido de 74,38 %, consolidándonos como una de las Unidades Alimentarias de referencia en España en materia de reciclaje: mientras que nuestra media de separación de estos últimos años se sitúa en torno al 74 %, la española desciende drásticamente hasta el 15% (2013). Las campañas de concienciación, los convenios firmados con operadores y las gestiones con los gestores de residuos, son las claves de este resultado.

Por último, Mercagranada posee depuradora de aguas residuales. Los resultados analíticos de esta planta en el último año (19.086 m³) se mantienen dentro de los valores máximos permitidos, según la autorización de vertido, y no existen desviaciones destacables respecto al año anterior (26.599).





DEPORTE

► CARRERAS DE LA DIP

El Gran Premio de Fondo 2017 arranca cumpliendo expectativas

La trigésima edición del principal circuito de atletismo en Granada, patrocinado por Mercagranada, ha acogido por el momento cuatro carreras con una media de 1.000 participantes. Quedan 11 por celebrarse.

El Gran Premio de Fondo Diputación de Granada – Cruzcampo, que cuenta un año más con el patrocinio de Mercagranada, dio el pistoletazo de salida a una nueva edición el pasado 5 de febrero. La Industrial de Armilla fue la encargada de cortar la cinta inaugural de la trigésima edición de la prueba de atletismo por excelencia en la provincia de Granada. A partir de ahí, quince pruebas por delante y un broche de oro final en la Carrera de La Hispanidad de Santa Fe.

A 'La Industrial' de Armilla le siguió la celebración de las Bodas de Plata de una de las pruebas integrantes más icónicas del Gran Premio de Fondo: el 'Juan Antonio Ruiz Navarro Villa de Albolote'. Esta segunda cita consiguió congregarse a más de 1.300 corredores en su vigésimo quinto aniversario. Tras este circuito rompepiernas, vino la XVI de la Prueba de Fondo 'Ciudad de Loja', que tampoco se queda atrás por exigente y registró un número de participantes similar a la anterior. Cierra el calendario por el momento el 'Ciudad de Baza', acompañada de un tiempo fabuloso y una organización perfecta que ayudó en gran parte a hacer más llevadero un circuito bastante exigente.

Alhama de Granada, Salobreña, Órgiva, Huétor Tájar, Dúrcal, Huéscar, Dílar, Guadix, Almuñécar, Trevelez y Santa Fe serán, por este orden, las sedes

del principal circuito de atletismo de la provincia de Granada que quedan por disputar. Descrito como uno de "los circuitos más apasionantes" en la historia del Gran Premio de Fondo, esta edición es especial también por significar el treinta aniversario de la competición, consolidándose así como una de las actividades deportivas más importantes a cargo de la Diputación de Granada. El objetivo en 2017 es superar los más de 18.000 corredores de participación acumulada a lo largo de todo el circuito, y los más de 1.000 corredores de media por prueba.

Desde Mercagranada tan solo nos queda dar las gracias por seguir pudiendo colaborar con un evento deportivo tan necesario y apreciado tanto por la comunidad de atletas como de aficionados granadinos, ya sea repartiendo fruta fresca a los corredores durante las carreras o animando con nuestra mascota junto al podio. Siempre apoyando el comercio de cercanía. Además, si estás interesado en participar en cualquiera de las once pruebas restantes, Mercagranada pone a tu disposición numerosos dorsales patrocinados. Solicita el tuyo en la Unidad Alimentaria. ¡Ánimate y corre el Gran Premio de Fondo 2017 junto a Mercagranada! Juntos por una alimentación y vida sana.



► MEDIA MARATÓN CIUDAD DE GRANADA Y CARRERA DOS COLINAS 28/5

La primera se celebrará el 30 de abril y la segunda, el 28 de mayo. Los organizadores esperan reunir alrededor de 5.000 y 3.000 corredores, respectivamente.

En Mercagranada queremos aportar toda nuestra energía a los eventos deportivos en los que participamos, además de fomentar hábitos de vida saludables basados en la práctica del deporte y una buena nutrición. Por ello, en los próximos meses, volveremos a patrocinar un año más dos de las pruebas de atletismo más destacadas en la provincia: la Media Maratón Ciudad de Granada y la Carrera de las Fuerzas Armadas "Las Dos Colinas".

La XXXV Media Maratón Ciudad de Granada, organizada por la Concejalía de Deportes del Ayuntamiento de Granada, se disputará el próximo domingo 30 de abril a las 19.00 horas. La salida tendrá lugar en la Avenida Emperador Carlos V, mientras que la llegada se situará en la pista de atletismo del Complejo Deportivo Núñez Blanca (Calle Pedro Torres de Morales, Zaidín). El recorrido plantea 21 kilómetros de distancia con nuevos puntos señalados en el Albayzín y La Alhambra. Una "gran fiesta del atletismo granadino", en palabras del alcalde de Granada, Francisco Cuenca, que espera reunir este año a casi 5.000 asistentes,

en línea con el número de participantes registrados en ediciones anteriores.

Un mes más tarde, concretamente el 28 de mayo, nos volveremos a poner en marcha para acoger 'Las Dos Colinas'. "La carrera más hermosa que puedas correr" comenzará a las 9.30h y recorrerá un total de 15kms, según la planificación de sus organizadores, el Mando de Adiestramiento y Doctrina (MADOC) en colaboración con la Concejalía de Deportes del Ayuntamiento de Granada. La finalidad de esta prueba, que espera reunir a casi 3.000 corredores, es que el pueblo de Granada y su provincia estreche lazos con el personal de las Fuerzas Armadas destinado en nuestra ciudad.

En la línea de lo expresado por parte de las instituciones, estas carreras favorecerán la difusión y transmisión de valores deportivos y hábitos de vida saludables, sobre todo entre los más pequeños. Mercagranada además estará presente en estas carreras presentando la campaña 'Me gusta Mi Mercado 2017', que este año se centra en los jóvenes clientes y comerciantes bajo el lema "Mercados para la Nueva Generación", y el proyecto Mercalink. Siempre con el objetivo principal de promover una alimentación sana entre la comunidad granadina.

CULTURA



▶ ¡VEN A CANTAR 'LA FLAUTA MÁGICA' JUNTO A MERCAGRANADA!

El Centro Federico García Lorca acogerá el próximo 22 de abril la representación de 'La Flauta Mágica', obra de Wolfgang Amadeus Mozart, en una nueva edición de los Talleres en Familia OCG patrocinados por Mercagranada.

Como ya anunciáramos en su momento, Mercagranada se ha convertido en socio patrocinador de un programa educativo lanzada por la Orquesta Ciudad de Granada en esta nueva temporada: los Talleres Familiares OCG, en colaboración con el Centro Federico García Lorca. La iniciativa consta de talleres divulgativos y creativos para toda la familia a fin de complementar los conciertos en familia ofrecidos en el Auditorio Manuel de Falla.

El próximo sábado 22 de abril, el "mismísimo" Wolfgang Amadeus Mozart vendrá al Centro Federico García Lorca para contarnos, con mucho humor y como antesala del concierto en el Auditorio Manuel de Falla, 23 de abril a las 12.00 horas, su última composición: el singspiel "La Flauta Mágica". En esta gran aventura, el príncipe Tamino, caminando y caminando, ha llegado a las tierras de la Reina de la Noche, una mujer enigmática y seductora quien pedirá al príncipe que vaya a rescatar a su hija Pamina raptada por Sarastro. Así, junto al cobarde pajarero y con

la ayuda de los geniecillos Tamino y Papageno encontrarán el camino que lleva a Pamina; un camino lleno de sorpresas, amistad y mucho amor.

Impartidos por los protagonistas de los conciertos, los Talleres Familiares de la OCG están diseñados para el disfrute compartido de la música en vivo por parte de distintas generaciones. Niños y jóvenes, acompañados por sus padres y otros familiares, tienen la oportunidad de experimentar la música mediante una amena presentación en la que se recorren distintos aspectos artísticos de una manera diferente, pedagógica y divertida. Todo tiene cabida en esta serie de actividades gratuitas propuestas para el tiempo de ocio del fin de semana.

¿Quieres acompañar a Tamino y a Papageno en esta gran aventura familiar? No lo dudes:

¡ven a cantar "La Flauta Mágica" junto a los tuyos y Mercagranada!



▶ PRESENTACIÓN DEL 66 FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA Y DANZA DE GRANADA

El evento, patrocinado por Mercagranada, tendrá lugar entre el 23 de junio y 14 de julio de 2017. La programación incluye 33 espectáculos musicales y culturales totalmente variados.

El 66º Festival Internacional de Música y Danza de Granada, patrocinado por Mercagranada, fue presentado el pasado 23 de marzo en el Palacio Müller, sede de la subdelegación del Gobierno en Granada. El acto fue conducido por el subdelegado del Gobierno en Granada, Francisco Fuentes Jódar, en representación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, institución que ocupa la Presidencia del Consejo Rector en esta edición.

A este evento asistieron también José Entrena Ávila, presidente de la Diputación; Francisco Cuenca, alcalde de Granada; Diego Martínez, director del Festival; Rosa Aguilar Rivero, consejera de cultura y vicepresidenta del Consejo Rector, y Víctor Medina Flórez, vicerrector de Extensión Universitaria.

La 66 edición del Festival Internacional de Música y Danza de Granada tendrá lugar entre el 23 de junio y 14 de julio de 2017. Durante estos 22 días de eventos musicales y culturales, se organizarán 33 espectáculos totalmente variados. Un programa que escarba en los "orígenes" del Festival, según su director Diego Martínez. Si a este se les suman las actividades programas del FEX, además de los Cursos Manuel de Falla, la extensión del festival vendrá prolongada según el número de conciertos planteados.

El Palacio de Carlos V y el teatro al aire libre del Generalife, escenarios principales del Festival, acogerán composiciones de los principales compositores europeos, como Beethoven, Bach, Mahler, Mozart, Stravinski, Verdi o Chaikovski. Además de la London Symphony, la Philharmonia, la Orquesta del Siglo de Las Luces y la Orquesta y Coro Nacionales de España o la Joven Orquesta Nacional de España (JONDE), entre otras. Entre los nombres propios, destacan Metha y Pons, directores como William Christie, Víctor Pablo Pérez; y también, Simon Rattle, Pablo González, David Akhram y Pablo Heras Casado, director del Festival de Granada a partir del 1 de septiembre. Formar parte del Círculo de Mecenazgo, junto a otros colaboradores tanto a nivel nacional como provincial, no es sino otra manera de seguir mostrando nuestro compromiso con la ciudad de Granada; en este caso, apoyando la cultura más allá de la propia actividad relacionada con la Unidad Alimentaria.

Si tú también deseas ser participe de la gran fiesta que se vivirá en el 66 aniversario del Festival Internacional de Música y Danza de Granada, las entradas se pondrán a la venta a partir del próximo 5 de abril a través de la página www.entradasgranadafestival.org, y el día 6 en la taquilla del Corral del Carbón. El aforo es de 29.000 localidades.

CONSEJOS Y SALUD

► 10 CONSEJOS PARA COMPRAR FRUTAS Y VERDURAS DE TEMPORADA

Tener un frutero repleto de colores y sabores, con las mejores frutas de temporada y las más saludables, y, además, que no se resienta tu bolsillo, es posible. Te contamos cómo hacer la compra perfecta.

Consejos en la compra y manipulación de congelados:

1- Prioriza la frescura: Nadie quiere dar más de una vuelta al mercado más de una vez por semana, por lo que hay que tener en cuenta dos cosas: tu planeación semanal y la frescura de los alimentos. Tienes que estar atento a cuánto duran los alimentos que compras en uno u otro lugar. Los proveedores locales y el comercio de cercanía son sinónimo de calidad.

2- Busca la firmeza: Como regla general, tanto en frutas y verduras tienes que buscar una consistencia firme. Esto no quiere decir que los aplastes demasiado, sólo tómalos en tu mano y siente si están firmes o "aguados".

3- Los tienen que ser los últimos en entrar en tu frutero: Por más que busques la firmeza como en el punto anterior, la textura es totalmente diferente dependiendo de la fruta o verdura. Y aunque al palparlas sean casi iguales, a la hora de morderlas y saborearlas, el efecto es completamente diferente.

4- Ten en cuenta la maduración: Hay frutas y verduras que aunque compres frescas, caducan rápido. Por ejemplo, aquí entra el plátano y el mango. Si no los vas a usar pronto, digamos en los próximos dos o tres días,

elígelos un poco verdecitos, para que te duren el tiempo necesario.

5- Mira atentamente: Una buena parte de elegir frutas y verduras es muy visual, además del tacto ver el color te ayudará a tomar las decisiones correctas.

6- Ten cuidado con los vegetales difíciles: Los vegetales más complicados de elegir, siempre serán los verdes. Aquí hay que poner especial atención: a más brillantes, más frescos están.

7- Usa el gusto: Más allá del tacto y la vista, también necesitas del gusto. En los mercados, normalmente te ofrecen probar la mercancía "sin compromiso". Y en el caso de la fruta, el sabor es algo que sólo podrás saber cuando la pruebes.

8- Usa el olfato: Así como el gusto es útil para elegir la fruta, el olfato es primordial a la hora de elegir hierbas y algunas verduras. Mantén la nariz atenta.

9- Ten en cuenta dónde compras: En el mercado y el comercio de cercanía; tu tienda de barrio, sobre todo. Son las mismas personas en ciertos puestos y regularmente la misma calidad. Así que si ya encontraste un puesto cuyos productos son buenos, ¡no lo dejes ir!

10- Ten cuidado con lo que sea delicado: Tan importante como elegir bien, es cuidar cómo transportas los alimentos. En especial frutas pequeñas como moras, uvas, entre otras. Trata de tenerlas siempre aparte para que lleguen bien y enteras hasta tu casa.

► 5 TENDENCIAS EN ALIMENTACIÓN

Os presentamos los cinco alimentos que reinarán este año. La comida sostenible, los alimentos de propia elaboración y también los productos regionales son cada vez más importantes.

Cuando hablamos de comer sano, más que de una tendencia, estamos refiriéndonos a una evolución. El deseo de mantener una alimentación saludable se ha mantenido en la mente del consumidor con mayor o menor fuerza. Sin embargo, lo que entendemos por alimentación saludable se ha modificado a medida que hemos ido aprendiendo. ¿Qué nos depara este año 2017? Aquí van los cinco alimentos estrella:

1- Tónicas wellness. Bebidas embotelladas pero muy saludables, gracias a sus múltiples componentes beneficiosos. Tónicas con maca, numérico y vinagre de manzana, dicen que ya viene siendo la tendencia. Todos presentan propiedades antiinflamatorias y antioxidantes.

2- Aguas, bebidas, comidas ... ¡con coco! Este año se espera que triunfe aún más el aceite, y hasta las tortillas de coco, así como los sandwiches, los

wraps y los chips de coco cosas No saben ni que existen pero están a punto de convertirse en el penúltimo alimento saludable por descubrir.

3- Comida japonesa, no solo sushi. La dieta japonesa es de las más saludables. Pero hay vida después del sushi y los baos. Ahora se empieza a apostar también por los condimentos y especias como el ponzu, miso o el aceite de sésamo, casi desconocidos en Occidente.

4- Condimentos creativos. Nuevas salsas, nuevos sabores, como la salsa de remolacha o el jamón habanero.

5- ¿La nueva pasta? Noodles sin gluten a base de garbanzos, la quinoa, e incluso las lentejas, tan populares en España, ahora están ganando cuotas inesperadas de popularidad y prestigio en Estados Unidos.



MERCARECETA:

Bacalao de Semana Santa

La abstinencia de carne practicada por los católicos hizo que el bacalao, un "pescado para pobres", se convirtiera en estrella de la "cocina de vigilia".

¿De dónde viene la tradición de comer bacalao en Semana Santa? El bacalao es un pescado abundante y popular en las aguas del Atlántico y su fama está ligada a la religión católica, y, en especial, a la Semana Santa. En tiempos en que la Iglesia impuso la abstinencia de carne, en España era muy complicado conseguir pescado fresco, por lo que el bacalao aparecía como la única opción. Así, pasó de ser un "pescado para pobres" a convertirse en estrella de la "cocina de vigilia", según cuenta el historiador español Carlos Azcoytia.

Y de la historia a los fogones. ¡Vamos con la receta en tres sencillos pasos!

► INGREDIENTES:

1 kg. de bacalao desalado
1 tomate
1 cebolla
6 huevos
2 dientes de ajo
1 hoja de laurel
250 gr. de alcachofas
100 gr. de pimiento morrón
harina de freír y aceite de oliva



1- En una sartén con aceite de oliva, hacemos un sofrito con el tomate, la cebolla, dos dientes de ajo bien picaditos, la harina y una hoja de laurel.

2- Mientras, partimos el bacalao desalado en tajadas grandes. Rebozamos en harina y huevo y, tras esto, lo freímos.

3- Colocamos los trozos de bacalao (con la piel hacia abajo), en una fuente de horno y encima las alcachofas cocidas, los huevos y el sofrito. Adornamos nuestro bacalao de Semana Santa con tiras de pimiento morrón y dejamos cocer 20-25 minutos. ¡Listo!



MERCAGRANADA

CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS
ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN

■ Referentes en **alimentación** **perecedera**
■ **Servicios a empresas**
■ **Logística**
■ **Innovación**
■ **Atención al cliente**
■ **Responsabilidad social**

Descubre más en www.mercagranada.es





MERCALINK

UN PORTAL ONLINE PARA PROFESIONALES DEL SECTOR
DE LA ALIMENTACIÓN, GASTRONOMÍA Y RESTAURACIÓN



OPERADORES MERCAGRANADA · PRODUCTORES · COMERCIOS · HOSTELERÍA



Inscribe ya a tu empresa en www.mercalink.es
y forma parte de una plataforma de publicidad y promoción para tu establecimiento,
que te hará más visible entre tus clientes.

UNA INICIATIVA DE:



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es



651 719 725

MERCALINK @MERCALINK WWW.MERCALINK.ES
info@mercalink.es