

Licor 43 invierte 6 millones en relanzar el albariño Mar de Frades

M. V. S., Vigo

El dueño de Licor 43, el grupo cartagenero Diego Zamora, acomete una inversión de 6 millones de euros en el relanzamiento de la bodega gallega de albariño, Mar de Frades. La empresa inaugurará este mes las nuevas instalaciones de la bodega, cerca de Vilagarcía, al tiempo que inicia la construcción de una nueva destilería de orujos de albariño de alta calidad y pone en marcha un proyecto de atracción turística al Mar de Frades.

Los empresarios de Cartagena adquirieron Mar de Frades en 2003 y desde entonces han triplicado la producción de albariño de la marca, hasta situarla en las 300.000 botellas anuales. La empresa espera alcanzar el 2010 con una producción media de 480.000 botellas, cinco veces más de lo que producía Mar de Frades en 2003.

Prácticamente todo el vino y las 12.000 botellas anuales de aguardiente de bagazo de albariño se distribuyen fuera de Galicia, especialmente en las áreas del Mediterráneo, Asturias y extranjero (20%).

Incluyendo a Mar de Frades, en la actualidad hay siete bodegas de vino de la denominación de origen Rías Baixas que pertenecen a inversores de otras zonas de España, especialmente del negocio del vino de Rioja.

Además de invertir en el relanzamiento de la producción, el grupo Diego Zamora ha incorporado al albariño Mar de Frades a importantes innovaciones tecnológicas. El albariño del grupo cartagenero utiliza conchas de moluscos para reducir la acidez del vino, macera las uvas en frío y sus botellas incorporan etiquetas termosensibles que indican la temperatura ideal de consumo del blanco gallego (entre 10 y 11 grados).

La empresa ha invertido hasta ahora 4,2 millones de euros, que elevará hasta los 6 millones con nuevos proyectos de destilado de orujo.

Diego Zamora

Mar de Frades es una de las diez marcas propias que elabora y distribuye el grupo Diego Zamora. El propietario de Licor 43 también elabora los licores Gressy, Tilford, Villa Massa y Mar de Frades (orujos); los vinos Ramón Bilbao, Val de Río y Rozam; y es el distribuidor en España del ron Brugal.

La empresa, con sede en Cartagena (Murcia), pertenece a la familia Zamora, y tiene un volumen de negocio de 105 millones de euros, con la venta de 1,5 millones de cajas de botellas de vinos y licores. El grupo Diego Zamora creció en 2006 un 30% en facturación, un 28% en número de botellas vendidas y un 28% en exportaciones, fundamentalmente a los mercados de EE UU y Reino Unido.

La internacionalización del vino albariño está en su mejor momento, en el que las principales bodegas de la denominación de origen Rías Baixas están firmando contratos de distribución en EE UU. La operación más importante es la desarrollada por Martín Códax y el grupo Gallo.

Los científicos constatan un aumento de peces tropicales en Galicia

Los biólogos sostienen que la 'invasión' no es aún una amenaza

SONIA VIZOSO, Santiago

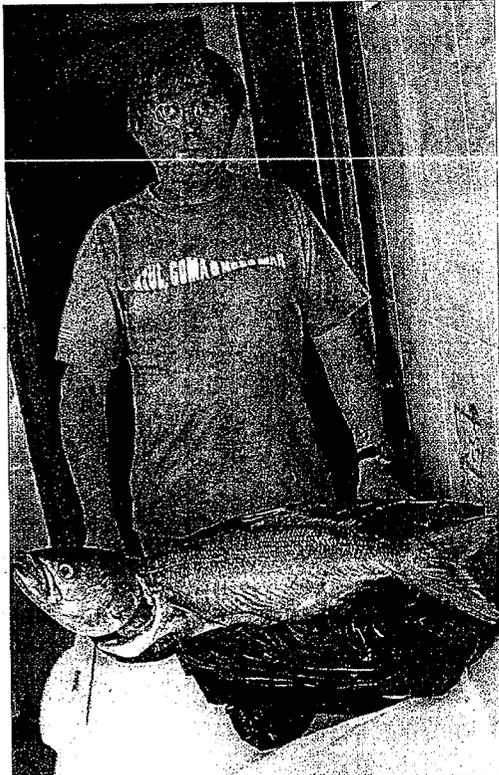
Los jureles y sardinas gallegos pueden estar tranquilos. Según los científicos, el hallazgo en la ría de Muros de un voraz pez tropical llamado anjova no significa que las pesquerías autóctonas corran peligro. Las especies foráneas que arriban a la costa de Galicia han ido en aumento en la última década posiblemente por el cambio climático, pero su presencia no es aún tan masiva como para convertirse en una amenaza.

La aparición de la anjova de Portosín es para los científicos "un indicio de que algo está cambiando" en el clima, pero la voracidad que caracteriza a esta especie no significa que los jureles y sardinas de Galicia deban sentirse amenazados. Biólogos del CSIC y de la Consellería de Medio Ambiente coinciden en que el hallazgo el pasado domingo de un ejemplar de anjova en el Náutico de Portosín no implica que este depredador oriundo de aguas cálidas se haya asentado en la costa gallega. Para ello, explican, debería demostrarse que estos pelágicos están presentes aquí en un número importante, que han empezado a reproducirse y que, por tanto, pueden alterar y dañar el ecosistema.

La anjova de Portosín no es el primer pez tropical que visita la costa de Galicia ni será el último. Los científicos aseguran que en los últimos diez años ha aumentado la presencia de estas especies de aguas templadas en el frío Atlántico gallego, entre ellas el pez piloto, la chopa blanca, el pez corneta colorada o el pez hacha. Personas que practican la pesca submarina aseguran que ya se han topado antes con más anjovas en el fondo del mar.

Cambio climático

Ángel González, biólogo del Instituto de Investigaciones Marinas del CSIC en Vigo, apunta al cambio climático como hipótesis más probable para explicar este fenómeno. El ejemplar hallado en Portosín, y que está siendo analizado por técnicos de la Consellería de Pesca, pudo llegar del sur de Lisboa, el punto más cercano en el que abunda esta especie, arrastrado por una corriente de aguas cálidas. "Son indicios de que algo está cambiando, pero no se puede asegurar que sea por el cambio climático has-



Un técnico de Pesca, ayer con la anjova de Portosín. / ANKO IGLESIAS

ta que no se estudie su evolución en el tiempo".

El jefe del Servicio de Conservación de Biodiversidad en la Consellería de Medio Ambiente, Jesús Santamarina, cree que "no hay que alarmarse". A su juicio, la aparición de una anjova en Portosín es "puntual" y "esporádica" y no obliga a tomar medidas para proteger el ecosistema autóctono.

Técnicos de la Unidad de Pesca de Baixura de la Conse-

jería de Pesca están analizando el ejemplar hallado en la ría de Muros por dos personas que paseaban por los pantalanes del Náutico. El pez, propio de aguas subtropicales y templadas como las del Mar Negro, el Mediterráneo, la costa africana o el Atlántico americano, pesa cuatro kilos y mide 75 centímetros de largo. Tras estudiarla, la Xunta donará la pieza al Museo de Historia Natural Luis Iglesias de Santiago.

Caride duplica las líneas mixtas para pasajeros y escolares

P. L., Santiago

La Consellería de Política Territorial duplicará con el inicio del próximo curso las líneas de transporte mixto para escolares y público en general, después de constatar que "prácticamente el 100%" de los usuarios está satisfecho con el servicio. El programa, denominado Tes+Bus, se inició de forma experimental el pasado mes de marzo, con 34 líneas en doce ayuntamientos de las cuatro provincias gallegas.

La titular de la consellería, María José Caride, presentó ayer una encuesta que revela que el programa piloto está siendo del agrado de los usuarios, 1.684 hasta la fecha y con una "demanda creciente". Con esos resultados, la Consellería de Política Territorial potenciará el sistema "más que duplicando las rutas" a partir del próximo curso escolar.

El objetivo del programa, recordó Caride, consiste en "optimizar los recursos públicos", al permitir que las líneas de transporte escolar, que subvenciona la Xunta, sean utilizadas por usuarios como si fueran líneas de transporte de pasajero, lo que resulta de especial importancia en las zonas más despobladas de la geografía gallega. Este sistema provocó las críticas de habitantes de O Bolo, en Ourense, que la conselleira dio ayer por superadas.

Las conclusiones del estudio presentado ayer por Caride, que estuvo acompañada por la directora general de Transportes, Mar Chao, reflejan que el 60% de los usuarios son mujeres, mientras que el 77% tiene más de 65 años y un 18% supera los 80. En cuanto al perfil laboral, el 84% de los beneficiarios del servicio pertenece a población inactiva, como jubilados o pensionistas, mientras que el resto se dedica principalmente a labores de carácter agrícola.

Respecto al destino de los usuarios, según el estudio la mitad de los que aprovecharon las vacantes del transporte escolar para desplazarse acudieron al médico, un 25% al banco y otro 21% de compras. La frecuencia media de utilización fue de una o dos veces al mes, y el 95% de las personas que lo usaron carece de carné de conducir o de vehículo propio.

Bershka entra en la realidad virtual de Second Life

EL PAÍS, Vigo

La cadena de tiendas Bershka, perteneciente al grupo coruñés Inditex, es la primera marca española en incorporarse al mundo virtual de Second Life. Se trata de un producto de Internet en el que cada persona escoge un personaje para adoptar una vida virtual, a través de un ordenador, pero con todos los elementos de la vida real: comer, dormir, beber, trabajar o comprar. Otras marcas como Adidas o Rebook también disponen de tiendas virtuales en Second Life.

En la decisión del grupo Inditex ha pesado el hecho de que su principal competidor, la cadena

sueca H&M, dispone de tiendas virtuales en los Sims, otro desarrollo de vida virtual aunque en este caso en formato de videojuego y no conectado a Internet.

Bershka es una cadena de moda dirigida al público juvenil, especialmente femenino, creada por Inditex en 1998. En la actualidad esta cadena dispone de 451 establecimientos en todo el mundo. Un portavoz del grupo coruñés con sede en Arteixo informó ayer de que en la decisión "ha pesado más el marketing del formato Second Life que el intentar ganar dinero vendiendo por Internet". De hecho, se trata de la primera gran operación de co-

mercialización financiada por Inditex, una empresa que se ha caracterizado en toda su historia por no realizar inversiones en publicidad.

"Nuestro marketing son las tiendas, su situación, su ambiente, su música, su personal; esta decisión de entrar en Second Life es una acción más en el mismo terreno, ya que los usuarios de este producto de Internet coinciden con los de las tiendas Bershka", explicó un portavoz de la compañía de moda.

Inditex anunció ayer que mantendrá su mayor crecimiento en apertura de tiendas físicas en todo el mundo. Las ocho cadenas

de moda del grupo (Zara, Bershka, Massimo Dutti, Stradivarius, Pull & Bear, Zara Home, Oysho y Kiddy's Class) han abierto 114 nuevas tiendas en tres meses. Es el mayor ritmo de aperturas en la historia de Inditex (más de una tienda al día), con especial atención al desarrollo en territorio asiático. Inditex es la mayor compañía con sede en Galicia y mantiene un ritmo de crecimiento en las ventas del 19% interanual. En este momento el grupo gallego dispone de 3.245 establecimientos comerciales propios en todo el mundo y espera terminar el año con 3.750 tiendas.