

Hojiblanca aumenta sus ventas en Sudáfrica tras el Mundial de fútbol

Noticias

Los productos Hojiblanca se pueden adquirir en las quinientas tiendas que tiene la principal cadena de distribución del país, Shoprite.

La aceitera Hojiblanca ha aumentado sus ventas en Sudáfrica a raíz de la difusión conseguida por el título mundial de fútbol conseguido por España, que ha hecho que lo español "esté de moda", según han informado fuentes de la empresa.

Las ventas de aceite virgen extra envasado del Grupo en ese país "se van a duplicar" este año hasta llegar a los 600.000 litros de aceite de oliva virgen, y además se venden en este país aceitunas de mesa con marca Hojiblanca, según han asegurado desde la compañía.

Los productos Hojiblanca se pueden adquirir en las quinientas tiendas que tiene la principal cadena de distribución del país, Shoprite, que también cuenta con establecimientos en países vecinos como Mozambique o Angola, lugares a los que también se está empezando a exportar.

Hojiblanca opera desde hace ocho años en Sudáfrica, país donde el principal aceite consumido es el de girasol, si bien las ventas de aceite de oliva virgen extra -usado para alimentación en crudo- aumentan lentamente pero de forma sostenida.

El Grupo Hojiblanca, líder mundial de aceite de oliva virgen extra, facturó en 2009 un total de 340,44 millones de euros, lo que supone un incremento de un 16,8 por ciento con respecto al ejercicio anterior, y produjo 183.238 toneladas de aceite de oliva virgen.

Redacción