

## El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente presenta el informe de Mercasa *Alimentación en España 2012*



Miguel Arias Cañete, Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

El ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, presentó el pasado 13 de noviembre el informe de Mercasa *Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo* correspondiente a 2012, en un acto en el que estuvo acompañado por el presidente de SEPI, Ramón Aguirre, y el presidente de Mercasa, Eduardo Ameijide, junto a unas 200 personas, representantes de todas las organizaciones de la cadena alimentaria y de medios de comunicación.

En su intervención, Miguel Arias Cañete destacó que el informe de Mercasa “se ha convertido en referencia imprescindible para todos los técnicos e interesados en conocer mejor el sector agroalimentario español”, y resaltó que “la capacidad del sector agroalimentario para abastecer al mercado interior y de suministrar nuestros productos y elaboraciones a los mercados europeos e internacionales constituyen fortalezas de primer orden”. Arias Cañete subrayó también la relevancia del sector agroalimentario dentro de la economía nacional en estos momentos, como atestiguan los principales datos, ya que en todas sus fases (producción, transformación, comercialización y distribución) representa el 7,8% del PIB nacional y genera 1,8 millones de puestos de trabajo, lo que supone el 10,3% del empleo en toda España. Según el ministro, “esto se ha logrado porque hemos sido capaces de elevar nuestra capacidad productiva y la productividad de la producción primaria”.

Por su parte, el presidente de Mercasa señaló que “en Mercasa y en las Mercas tenemos la necesidad de innovar, porque sólo de esta forma tendremos futuro, para lo cual se están impulsando proyectos novedosos, facilitando la incorporación de las empresas mayoristas de las Mercas al comercio electrónico, impulsando un nuevo concepto de tiendas detallistas de alimentos frescos, incorporando al mercado mayorista de las Mercas toda la oferta nacional de alimentos y bebidas con denominación de origen, y favoreciendo la gestión de la trazabilidad en la cadena alimentaria.



Eduardo Ameijide, presidente de Mercasa.



El informe de Mercasa *Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo* está recogido en un libro de cerca de 700 páginas, en las que se agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada, sobre todos los eslabones de la cadena alimentaria, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas, más reconocidas y fiables. Una información que también está disponible en la web de Mercasa.

En la web de Mercasa.



## Más de 20.000 escolares de toda España participan en la “Semana del Pescado” y las acciones promocionales en colegios para fomentar la dieta mediterránea

Más de 20.000 escolares de toda España participaron en las diferentes acciones organizadas por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, entre el 10 y el 14 de diciembre, en el marco de la “Semana del Pescado” y las acciones promocionales en colegios para fomentar el consumo de pescado como parte esencial de la dieta mediterránea. Las acciones promocionales de la “Semana del Pescado” se llevaron a cabo en dependencias del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en mercados municipales de varias ciudades y en Mercamadrid.

En la sede del Ministerio de Agricultura se desarrolló una exposición formativa con cuatro rincones temáticos: “El rincón de barcos y artes de pesca”, “El rincón de la acuicultura”, “El rincón de pescadería” y “El rincón del pescado alimento”. En esta acción formativa participaron más de 500 niños de diferentes colegios de Madrid.

Las actuaciones promocionales en colegios consistieron, principalmente, en la realización de talleres escolares en el propio centro educativo, a través de una acción didáctica, formativa y participativa, presentada de manera atractiva para el público al que van dirigidos, que les enseñe además a preparar un plato a base de productos alimentarios con los productos de la pesca o de la acuicultura como protagonistas.

Los talleres se realizaron en Madrid y en las comunidades autónomas de menor consumo de productos pesqueros: Canarias, Murcia, Extremadura, Andalucía, Castilla-La Mancha, Asturias, Navarra, Comunidad Valenciana y Baleares.

En cada una de las 10 ciudades, y en cada colegio seleccionado (público, concertado o privado), se realizaron talleres para todos los cursos comprendidos en la franja de edad de 3º a 6º de primaria; hasta cubrir 20.000 escolares. Los niños participaron activamente en las acciones programadas. Las acciones incluyeron materiales avanzados con soportes didácticos adaptados a las tecnologías de mayor uso por parte de la población infantil y de aceptación pedagógica y didáctica por parte del profesorado.

## La Secretaría de Estado de Comercio impulsa la campaña “Ven a tu Mercado también en Navidad”



El Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, ha desarrollado en las semanas de Navidad una serie de actuaciones para animar la actividad comercial en los Mercados Municipales, con el apoyo de Mercasa, la Confederación Española de Comercio y las Cámaras de Comercio.

El lema central de esta campaña de promoción ha sido “Ven a tu Mercado también en Navidad”, con el objetivo de llegar al mayor número posible de consumidores llamando su atención

sobre la oferta que se integra en los Mercados Municipales.

Para ello, se ha elaborado un cartel como imagen visible de la campaña en los Mercados Municipales de toda España, y se han realizado actuaciones de promoción y comunicación que, con una incidencia muy especial a través de las redes sociales.

En tal sentido, la campaña ha dispuesto de espacios propios en facebook, [www.facebook.com/MercadoNavidad](http://www.facebook.com/MercadoNavidad), y twitter, #MercadosNavidad, hasta la primera semana de 2013 con una intensa actividad informativa y de mensajes e imágenes de todo tipo fomentando el comercio en los Mercados Municipales, para los que solicitamos la colaboración de todos los comerciantes.

## La calidad diferenciada contribuye a las políticas de desarrollo y la sostenibilidad de los tejidos rurales

Durante la celebración del XXV aniversario de la Denominación de Origen Protegida Idiazábal, el pasado mes de octubre en San Sebastián, el subdirector general de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica del Ministerio de Agricultura, Clemente Mata, valoró la importancia de las figuras de calidad diferenciada “que se erigen como un elemento clave en las políticas de desarrollo y sostenibilidad de los tejidos rurales”. Además, Mata destacó el incremento constatado en los últimos años en la demanda de este tipo de productos con características propias de calidad y producidos en un ámbito geográfico determinado bajo el amparo de una denominación de origen protegida (DOP) o una indicación geográfica protegida (IGP). Asimismo recordó que en la actualidad España cuenta con 323 DOP e IGP reconocidas o en fase de estudio comunitario, de las cuales 28 son quesos.

## Mercasa edita la *Guía práctica de porcino* con información exhaustiva desde la producción al consumo



Mercasa ha editado la *Guía práctica de porcino*, una publicación de 400 páginas que recoge información muy exhaustiva sobre todas las fases de la cadena de este singular animal, desde las razas y la cabaña ganadera hasta las fases de producción, transformación y consumo. Los autores de la *Guía práctica de porcino* son José Luis Illescas, Susana Ferrer y Olga Bacho, técnicos de Mercasa que son responsables también de las tres Guías Sectoriales realizadas en esta misma colección

durante los últimos años, relativas a frutas y hortalizas, pescados y mariscos, y vacuno.

En la *Guía práctica de porcino* se incluye también información sobre la descripción y características de las explotaciones, incluidos los tipos y las instalaciones para la reproducción y cría de ganado, los sistemas de inseminación, las razas y sus áreas de distribución, el funcionamiento de una lonja y la formación de precios, los procesos de producción en matadero, la canal y sus despieces, los parámetros que influyen en la calidad de la carne, la cadena de comercialización, la industria de transformación (incluyendo DO, IGP, etc., y un monográfico sobre jamones), envasado, etiquetado y otros aspectos de trazabilidad y calidad comercial, además de un apartado de nutrición con tablas nutricionales y descripción de nutrientes. El estudio contiene otros datos de interés sobre la cadena de comercialización, el perfil y hábitos de compra de carne de cerdo y algunas recomendaciones para el cocinado de las piezas. Asimismo se describe la elaboración del listado de las distintas variedades de jamones, chacinas y embutidos, nacionales e internacionales.

## CASI y Vilmorin presentan el tomate Rebelión a directores de compra y distribuidores de toda Europa

CASI y la casa de semillas Vilmorin presentaron el pasado 24 de octubre en Madrid el tomate Rebelión a directores de compras de grandes cadenas internacionales y distribuidores de toda Europa. Se trata de un tomate rojo asurcado que produce y comercializa la cooperativa, fruto de la colaboración en investigación e innovación con la casa de semillas Vilmorin.



## Se completa la oferta del Mercado de Valdespartera con la apertura del supermercado Simply

La oferta del Mercado de Valdespartera, en Zaragoza, se ha completado con la apertura de un supermercado Simply, que opera en régimen de franquicia con 1.200 m<sup>2</sup> de sala de ventas y cinco cajas de salida, y está atendido por un equipo de 20 personas. Simply ofrece en el Mercado de Valdespartera en torno a 8.000 referencias diferentes, tanto de marcas propias como de productos nacionales y regionales. El surtido y la libertad de elección, junto al precio más bajo, serán las señas de identidad de la nueva tienda, que también incluirá secciones de pescadería en autoservicio, carnicería y charcutería en mostrador tradicional y horno de pan recién hecho. Con este formato, Supermercados Simply y Mercazaragoza, que ha impulsado junto a Mercasa y gestiona el Mercado de Valdespartera, apuestan por esta fórmula comercial nueva en la ciudad de Zaragoza, que fusiona el mercado tradicional con la innovación y la comodidad del supermercado autoservicio.

## Entregados los premios Qcom.es a empresas y entidades del sector agroalimentario

El pasado mes de octubre se entregaron los premios anuales que concede el periódico gratuito mensual *Qcom.es* para reconocer la labor de las empresas y entidades del sector agroalimentario que con su trabajo diario tratan de conseguir una mejora en la información y la formación de los ciudadanos en materia de alimentación, y también a aquellas que están comprometidas con el desarrollo de productos y servicios que nos permiten hacer viables los objetivos anteriores. Los premios fueron para Tetra Pack, INTIA-Reyno Gourmet, El Pozo Alimentación S.A., Fruit Attraction, Corporación Alimentaria Peñasanta S.A. (Central Lechera Asturiana, Larsa, ATO) y Primaflor.





## Balance positivo de la primera edición de Seafood Barcelona

**S**eafood Barcelona, el nuevo salón dedicado a los productos del mar dirigido al mercado español y del sur de Europa, se celebró el pasado mes de octubre con un balance positivo, tras contar con la participación de 134 expositores, y recibir la visita de miles de asistentes de primer nivel procedentes de más de 90 países.

“El primer año de Seafood Barcelona ha superado todas las expectativas”, manifestó Liz Plizga, directora de Seafood Barcelona. “Barcelona es un destino ideal y el *hub* para hacer negocios en España, el sur de Europa y el mercado del Magreb, y este evento está preparado para crecer”, dijo Plizga.

Para J. Antoni Valls, director general adjunto de Alimentaria Exhibitions, Seafood Barcelona ha sido un “éxito total, porque a pesar de las difíciles condiciones económicas en España y el sur de Europa, ha sido una excelente noticia para la industria pesquera y el comercio internacional”.

Por su parte, Mercabarna, el Gremio de Mayoristas del Pescado y las trece empresas del sector del pescado de este polígono alimentario que estuvieron presentes en el Seafood Barcelona han valorado de forma muy positiva su participación en la primera edición de esta feria.

## Linde Material Handling amplía su gama de carretillas elevadoras antideflagrantes

**L**inde Material Handling ha incorporado la transpaleta eléctrica Linde T20 EX, el apilador compacto Linde L12 EXi, la transpaleta manual Linde M25 EX y las carretillas eléctricas Linde E20 a E35 a su gama de carretillas elevadoras antideflagrantes. Estas carretillas están diseñadas para su uso en entornos clasificados como potencialmente explosivos o inflamables por la posible presencia de gases, polvo o neblina. Todas estas versiones antideflagrantes cuentan con las mismas prestaciones que los modelos convencionales en términos de potencia y diseño. Los componentes antideflagrantes han sido adaptados óptimamente sin limitar en absoluto el confort y la ergonomía de estos vehículos, por lo que se consigue la misma productividad, agilidad y sencillez de manejo para las más diversas aplicaciones.



## La IGP Ajo Morado de Las Pedroñeras, galardonada con el Premio Nacional FECOES 2012

**L**a Federación Española de Cofradías Vínicas y Gastronómicas (FECOES) ha otorgado reconocimiento y galardón a la IGP Ajo Morado de Las Pedroñeras en la categoría de Institución Agroalimentaria, en la VII edición de los premios nacionales dedicados a la artesanía culinaria. El premio fue entregado el pasado 17 de noviembre, en el auditorio de la Universidad de Córdoba, en un acto que contó con la asistencia del presidente de la IGP Ajo Morado de Las Pedroñeras, José María Pacheco.

## Manzanas Marlene recibe el premio “Estrella de Internet” en Fruit Attraction

**M**anzanas Marlene, la marca más importante del consorcio VOG, alcanzó el primer puesto de la categoría “Mejor Página de Facebook” en la segunda edición del premio “Estrella de Internet”, que tuvo lugar durante la celebración de la feria Fruit Attraction, del 24 al 26 de octubre en Madrid. La iniciativa, promovida por la revista especializada Fruit Today, premió las mejores campañas de web marketing europeas lanzadas por empresas del sector hortofrutícola durante el último año.





## Pastisart presenta sus últimas novedades en bollería lista y pan cóctel

Pastisart acaba de lanzar al mercado una nueva gama de muffins y un surtido de panes Prémium. La nueva línea de muffins se presenta en tres variedades distintas: Muffin Pasión de Chocolate, Muffin de Manzana y Caramelo, y Muffin de Frutos Rojos. Por su parte, el nuevo surtido de panes Prémium está compuesto por cinco panecillos distintos: chapata mini, vienés de centeno, un triángulo multicereales, panecillo con semillas de sésamo y panecillo con semillas de calabaza.

## “Imagen Francia” edita la *Guía del Tour de la Gastronomía Francesa*

Imagen Francia”, con el apoyo financiero del Ministerio de Agricultura francés, acaba de editar la *Guía del Tour de la Gastronomía Francesa*, que ofrece una selección de establecimientos de Barcelona, Madrid y Valencia donde degustar platos e ingredientes franceses. La guía cuenta con el patrocinio de empresas productoras de algunos de los más emblemáticos ingredientes de la gastronomía francesa: las ostras Daniel Sorlut, el emmental Entremont, los quesos Lactalis y el champagne Delamotte a través de Vila Viniteca.

## Beher presenta su catálogo de jamón y embutidos ibéricos para Navidad

La empresa Beher ha preparado una cuidada selección de jamones y embutidos ibéricos ideales para regalar en las fechas navideñas. En este catálogo, el cliente puede encontrar jamones y paletas ibéricas enteras, con un cuidado embalaje y una presentación en caja de diseño. Asimismo, Beher ofrece jamones y paletas ibéricas enteras, además de lotes de alta gama con varias alternativas de composición. Además, cada pieza de jamón incluye la *Guía de corte profesional de jamón ibérico* de Beher en DVD.



## Nueva gama de pastelería cocida Chousa

El Grupo Ingapan acaba de lanzar al mercado una nueva gama de pastelería cocida bajo su marca gallega Chousa. Esta nueva gama, elaborada con ingredientes naturales y con un proceso artesano, está compuesta por cinco referencias: un coulant, dulce individual de origen francés con chocolate líquido en su interior; un brownie precortado en 24 raciones; una jugosa plancha carrot cake; una tarta de almendra, y un bizcocho de manzana y canela.

## Nueva delegación de Cultivar en Mercabilbao

Cultivar acaba de abrir dos puntos de venta en Mercabilbao, con instalaciones con la última tecnología, control de calidad, marketing e innovación. Asimismo, Cultivar ofrece un nuevo producto, la banana, gracias a una importante inversión que Cultivar ha llevado a cabo en unas nuevas instalaciones de maduración de plátanos con última tecnología. Para ello, la compañía dispondrá de la exclusiva marca Del Monte. Finalmente, Cultivar acaba de lanzar una nueva marca de papaya Formosa (papaya gigante), Exótica Prémium, de alta calidad.



## Manzanas Val Venosta prevé abastecer a sus 48 mercados esta temporada

Pese a un descenso del 25% en la producción de este año por causas meteorológicas, la cooperativa italiana surtirá a sus clientes históricos e importantes en Italia, Alemania, Norte de África y Oriente Medio, Escandinavia y España. En 2012/2013 la marca apuesta por el mercado español, ya que el tamaño y sabor de esta cosecha se adapta especialmente a la demanda de sus consumidores. Su campaña publicitaria y de comunicación pivotará entorno a un elemento diferenciador de la marca: la altísima calidad que presentan en el mercado sus manzanas durante todo el año. La variedad Golden Delicious, unas 190.000 toneladas, se mantiene como la más importante, con el 70% del total de la producción.



## La norma CF de FEFCO estandariza las medidas y encajes en las bandejas de cartón ondulado para frutas y hortalizas

El Common Footprint (CF) de la Federación Europea de Fabricantes de Cartón Ondulado (FEFCO) es un estándar que normaliza las medidas exteriores y los anclajes de las cajas agrícolas de cartón ondulado con el objetivo de que estos envases sean siempre compatibles entre sí, sea cual sea su procedencia. Dada su importancia, el CF ha sido publicado en España como la Norma UNE 137005 y es compatible con la norma americana. Por eso facilita los intercambios comerciales intraeuropeos y a ambos lados del Atlántico.

## Gastronomía cerca del cielo con Qatar Airways

Qatar Airways, elegida en varias ocasiones como la mejor aerolínea del mundo, ha conseguido juntar a cuatro cocineros de los orígenes más diversos que suman un total de ocho estrellas Michelin y que ofrecen cocinas tan diferentes como atractivas. El japonés Nobu Matsuhisa, el indio Vineet Bhatia, el libanés Ramzi Choueiri y el británico Tom Aikens han unido su ingenio para lograr un menú de altísimos vuelos, que ellos denominan como Culinary Journey in the Sky (Viaje Culinario en el Cielo).

Todos ellos asistieron a la presentación del denominado Menú Cinco Estrellas en el que realizaron en directo la preparación de algunos de sus platos que luego conformaron el almuerzo de ese día con la presencia del director general de Qatar Airways, Akbar Albaker.



## La almazara Casas de Hualdo lanza su tienda online

Casas de Hualdo, considerada por la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) como mejor almazara de España en 2012, pone en marcha su tienda online, [www.aceiteoliva.com](http://www.aceiteoliva.com), para comercializar sus aceites vírgenes extras de categoría superior. Entre ellos se incluyen los cuatro monovarietales de arbequina, cornicabra, manzanilla y picual y el coupage "Reserva de Familia".

## Migueláñez, elegida "Empresa socialmente responsable" por la Fundación Puentes del Mundo

Migueláñez, empresa dedicada a la fabricación de productos de confitería y dulces, ha sido galardonada en la II Edición de los Premios Internacionales a la Responsabilidad Social, que concede la Fundación Puentes del Mundo, en la categoría de "Empresa socialmente responsable". El jurado de los premios resaltó la implicación activa de Migueláñez en la integración social y laboral de personas con discapacidad durante la II Edición de la campaña "Sonrisas dulces".



el mayor centro  
de abastecimiento alimentario  
de la Costa del Sol

mercamálaga



Avda. José Ortega y Gasset, 533 ● 29196 Málaga

Teléfono: 95 217 90 10

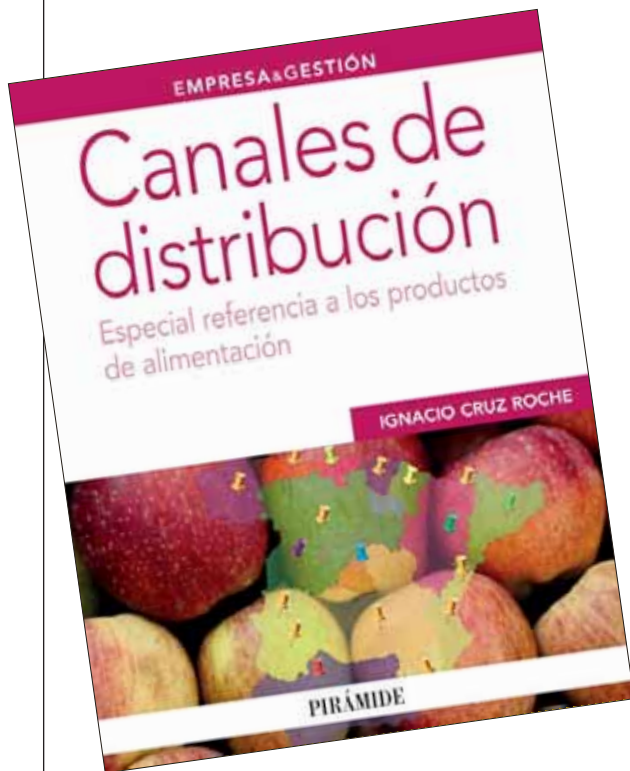
Fax: 95 217 90 06

e mail: [mercamalaga@mercamalaga.es](mailto:mercamalaga@mercamalaga.es)

 ASOCIACIÓN DE  
MAYORISTAS DE  
PESCADOS DE  
MERCAMÁLAGA

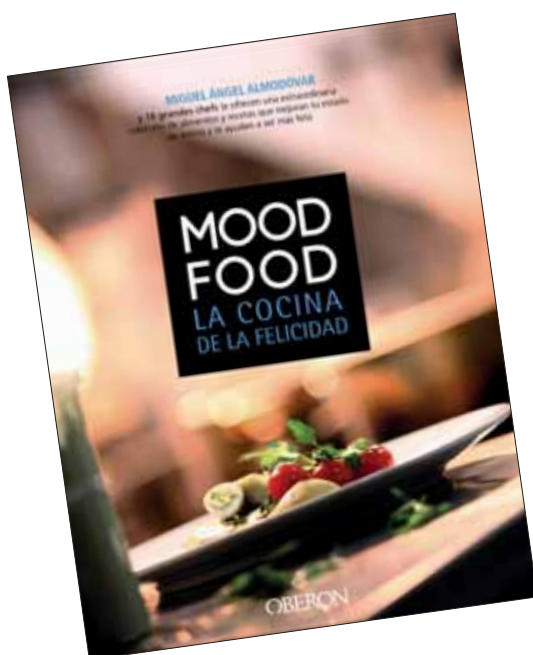
  
ACMERMA  
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE MERCAMÁLAGA

LIBROS



### Canales de distribución. Especial referencia a los productos de alimentación

Ignacio Cruz Roche, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Autónoma de Madrid y ex presidente de Mercasa, acaba de publicar el libro *Canales de distribución. Especial referencia a los productos de alimentación*, editado por Pirámide. En esta obra se desarrollan, desde una perspectiva académica, los conceptos básicos y, desde la experiencia práctica, los problemas fundamentales a los que se enfrentan las empresas españolas del sector de la distribución. El punto de partida es el análisis del comportamiento de compra del consumidor, para a continuación estudiar los canales de distribución, su composición y eficiencia, y el de los intermediarios, empresas mayoristas y minoristas, su evolución, problemas y estrategias. Las relaciones entre las empresas en el canal de distribución y la cooperación que caracterizan las relaciones entre fabricante y distribuidor. Como exponente de este proceso se analiza la formación de precios en la cadena de valor de los alimentos frescos. Las decisiones de marketing de los distribuidores son también objeto de especial atención desarrollándose desde un enfoque teórico y desde la práctica empresarial. El comercio electrónico se estudia a través de los procesos de intermediación y desintermediación en la cadena de valor describiendo algunas experiencias que operan en el mercado español. El libro finaliza con un capítulo destinado a la regulación, autorregulación y responsabilidad social corporativa.



### Mood Food. La cocina de la felicidad

Miguel Ángel Almodóvar y 16 grandes chefs son los autores del libro *Mood Food. La cocina de la felicidad*, editado por Anaya, en el que ofrecen una colección de alimentos y recetas que mejoran el estado de ánimo y ayudan a ser feliz. La obra cuenta qué siete bases nutricionales nos provocan mal humor y qué nutrientes, principios activos y alimentos (ajo, huevos, almendras, aceite de oliva...) promueven la felicidad. Además, dieciséis grandes chefs y chefesas, entre los que figuran Paco Roncero, María José San Román, Mario Sandoval, Mikel Santamaría, Teresa Gutiérrez, Andrés Madrigal, Urrechú, Joaquín Felipe, Sacha Ormaechea o César Ruiz, ofrecen platos y menús que pueden contribuir decisivamente a mejorar el proceso cerebral de pensar, percibir y sentir, a mantener un buen estado de ánimo, a controlar la ansiedad, la irritabilidad y el estrés, a evitar la melancolía, a alejar el peligro de la depresión, a mejorar el humor y a ser más feliz.