



> INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN

INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN EN LA CADENA ALIMENTARIA

- > A lo largo de 2014, Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de alimentos frescos.

A lo largo de 2014, Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de alimentos frescos.

En este ámbito se incluyen las publicaciones periódicas que edita Mercasa: la revista Distribución y Consumo, que a finales de 2014 llegó a su número 135, tras veinticuatro años editándose; y el anuario Alimentación en España, que en 2014 llegó a su



Acto de presentación del anuario Alimentación España 2014

> El impacto y la difusión de **Distribución y Consumo** se refleja tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y descargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, **durante 2014 se realizaron un total de 22.015 descargas de artículos de la revista**

edición número 17. Además de la información permanente que se divulga a través de las webs www.Mercasa.es y www.MercadosMunicipales.es.

El impacto y la difusión de **Distribución y Consumo** se refleja tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y descargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, durante 2014 se realizaron un total de 22.015 descargas de artículos de la revista.



Semana de la Dieta Mediterránea

En cuanto al anuario **Alimentación en España 2014**, se presentó en un acto público en el Casino de Madrid, presidido por la Ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, con la asistencia de cerca de 300 personas, representantes de instituciones y organizaciones sectoriales de toda la cadena alimentaria.

Además de la edición en papel, el Informe 2014 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España cuenta con una edición digital, que puede consultarse de forma íntegra y permanente en la página web de Mercasa.

A este respecto, las estadísticas de accesos a los contenidos de **Alimentación en España** en la web de Mercasa reflejan que durante 2014 se realizaron un total de 40.284 visitas y cerca de 360.000 páginas vistas.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, como medio propio de la Administración, Mercasa realizó en 2014, mediante encomiendas del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las siguientes actividades:

Semanas temáticas de promoción alimentaria

- Semana del queso
- Semana de la reducción de desperdicios
- Semana de productos ecológicos
- Semana de la dieta mediterránea
- Semana de los productos del cerdo ibérico
- Semana de los productos pesqueros

El desarrollo de cada semana incluyó, en cada caso, las mismas acciones:

- Un acto central de información y promoción, dirigido a organizaciones del sector, asociaciones de consumidores, responsables de restauración y medios de comunicación.
- Acciones de promoción en hipermercados y supermercados, sumando en total 72 actuaciones con cerca de 11.000 degustaciones en 30 ciudades diferentes.
- Acto de promoción en una plaza de Madrid, con más de 6.000 degustaciones y 30.000 participantes.



Talleres escolares para alumnos de secundaria

- Actos de información en un Mercado de Madrid, con catas guiadas para prensa especializada.
- Actuaciones en hostelería y restauración, con promociones de cada semana en webs especializadas de gestión de reservas y en blogs gastronómicos y de alimentación
- Visita a una empresa de producción, organizadas para responsables de compra de cadenas de distribución y organizaciones de consumidores.
- Actividades con diversos materiales y almuerzo dirigido a 300 escolares de 6 colegios distintos de Madrid.

Talleres escolares de la dieta mediterránea y alimentación saludable

Durante 2014, entre abril y noviembre, se realizaron un total de 891 actividades en las que participaron 42.969 alumnos de Educación Primaria y Secundaria, en 218 colegios de 10 provincias diferentes.

Talleres de la Dieta Mediterránea

- Educación Primaria Obligatoria: Se impartieron un total de 459 sesiones en los que han participado 21.970 alumnos de 106 colegios de 10 provincias.

- Educación Secundaria Obligatoria: Se impartieron un total de 432 sesiones en los que han participado 20.999 alumnos de 112 colegios de 10 provincias.

Jornadas sobre alimentación mediterránea en campamentos de verano

Se impartieron diversos talleres teórico-prácticos para 3 grupos de edad con la participación de 400 alumnos.

Campeonatos de España en edad escolar

Se realizó promoción de la dieta mediterránea en las finales de ocho campeonatos de España de diferentes deportes en edad escolar, en los que han participado 4.500 atletas en siete provincias.

Plan de comunicación en redes sociales

Todas las actividades de promoción se reforzaron durante 2014 con un plan de comunicación integral en redes sociales, con un impacto creciente en Twitter y Facebook, además de organizar concursos entre la población escolar. ◀

> PROCEDIMIENTO DE DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS PROCEDENTES DE TERCEROS PAÍSES

Mediante otra encomienda del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Mercasa desarrolló en 2014 el procedimiento para la obtención diaria de cantidades y precios de determinadas frutas y hortalizas importadas en España, según mercados y procedencia.

Los productos para los que ha realizado el seguimiento han sido tomates, pepinos, calabacines, naranjas, limones, uvas de mesa, manzanas y peras. Las zonas geográficas de referencia o mercados representativos han sido Mercamadrid y Mercabarna.

Se trata de una recogida de información exhaustiva de cantidades y precios, por producto, frecuencia diaria, desde los mercados representativos que comercializan cantidades importadas procedentes de terceros países, exceptuando aquellas partidas inferiores a una tonelada. En cada mercado representativo, los precios medios para cada producto y misma procedencia se obtienen como media ponderada de los precios de cada operación respecto a las cantidades comercializadas. ◀



> PROMOCIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DURANTE NAVIDAD

Mercasa volvió a coordinar en 2014, por tercer año consecutivo, la organización de la campaña de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

La campaña forma parte de las actuaciones del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, y ha incluido una serie de actuaciones para animar la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, contando para ello con el apoyo de Mercasa, la Confederación Española de Comercio, las Cámaras de Comercio, los responsables

municipales y autonómicos en materia de comercio.

Bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, la campaña incluyó actuaciones de promoción y comunicación durante todo el mes de diciembre y la primera semana de enero, y se cerró con más participación y mejores resultados que en ediciones anteriores, incrementándose un 25% los Mercados Municipales participantes, hasta llegar a unos 300 en toda España, con una implicación muy activa de los comerciantes. Las actuaciones a través de las redes sociales han tenido un fuerte aumento en el número de seguidores. La campaña fue presentada oficialmente en un acto celebrado en Madrid, en el Mercado de Santa María de la Cabeza. ◀

> **Mercasa** volvió a coordinar en 2014, por tercer año consecutivo, la **organización de la campaña de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales** durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio

