



Un tiempo intenso, un sector básico

ELENA ESPINOSA

Ministra de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino



En primer lugar quiero agradecer a Mercasa su invitación para participar en esta feliz conmemoración, con ocasión de la publicación del número 100 de la revista *Distribución y Consumo*. Alcanzar esa cifra significa trabajo, dedicación y consolidación de un proyecto que nació hace dieciocho años.

La vida de la revista abarca un período de tiempo intenso, en el que han ocurrido cambios significativos en nuestra sociedad y, por ende, en todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, desde los productores al consumidor.

Distribución y Consumo ha constituido un excelente medio de difusión del conocimiento que se genera en relación a los numerosos procesos que añaden valor a los alimentos, publicando numerosos artículos y estudios relacionados con la producción, la industria, el comercio y el consumo alimentario, entre otros.

Poco puede haber quedado fuera del análisis en estos 100 números. Catedráticos, profesores y técnicos han ido desgranando temas básicos, como los diferentes tipos de procesos comerciales, desde mercados en origen a mercados municipales, grandes superficies, supermercados y tiendas tradicionales, entre otros. Todos ellos vistos bajo el prisma de la logística, innovación y competitividad.

Dedicación especial han merecido los grandes temas comunitarios como seguridad, calidad y su control, así como el desarrollo de la trazabilidad y la información correcta al consumidor a través del etiquetado, la publicidad y la promoción, cuestiones que buscan cómo incrementar la confianza del consumidor.

Asimismo, ha sido prioritario el estudio del consumo de alimentos con una atención especial, mediante monográficos por comunidades autónomas, a los productos de calidad diferenciada, que han tenido un desarrollo espectacular desde la fecha de aparición de la revista, coincidiendo con la puesta en marcha de los reglamentos comunitarios que regularon esas figuras de calidad en los años 1991 y 1992.

Tampoco ha faltado el análisis de las nuevas tecnologías aplicadas a las formas de pago, y envases, y una atención específica en los últimos tiempos a los cambios demográficos, las nuevas formas de vivir y comer, y la importancia de las prácticas logísticas medioambientales.

Sin olvidar esa sección de culto, "Mercados y literaturas", que añade a la Revista un componente cultural de gran atractivo para los lectores.

Todo ello, con un cambio de imagen renovador en la portada y en el



diseño, con ilustraciones de gran calidad que hacen que cada ejemplar sea digno de conservar.

Este número 100 refleja con fidelidad los cambios acontecidos, tanto en la distribución comercial española como en los hábitos de compra y consumo, resaltando el papel fundamental que Mercasa y la Red de Mercas han desempeñado en ese proceso de cambio.

En este número especial se ofrecen como primicia las conclusiones de dos estudios referidos a los hábitos alimentarios de los consumidores y a los servicios comerciales y hábitos de compra. Ambos son una prueba más de la extraordinaria colaboración entre el Ministerio y Mercasa, que abarca un gran número de campos y actividades y que tiene como objetivo básico proporcionar una mayor transparencia al mercado, informando de la mejor manera posible a todos los agentes de la cadena alimentaria.

Desde hace años, el Ministerio viene ofreciendo al conjunto del sector y a toda la sociedad diversos estudios que tienen gran aceptación. Es el caso del "Panel de Consumo Alimentario", que cuenta con dos décadas de historia, y sobre el que se ofrece un artículo en este número. Y también del "Observatorio del Consumo y la Distribución", con monográficos específicos sobre productos de la agricultura ecológica, etiquetado y productos innovadores.

Además, se han potenciado en 2007 los estudios de consumo fuera del hogar. El "Panel de Establecimientos de Hostelería/Restauración" ha aumentado considerablemente el tamaño de la muestra y se ha puesto en marcha el "Panel de Consumidores de la Hostelería/Restauración", contando para ambos estudios con la opinión de los principales agentes del sector extracomunitario.

Por otro lado, me gustaría destacar la apuesta por mejorar la formación en el sector. El Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria que hemos puesto en marcha, pretende facilitar a dichas empresas, en especial a las PYME, la cualificación de sus cargos directivos para que estén en condiciones óptimas de competir en el mercado.

En el marco de este programa se han celebrado en 2007 dos Semina-

rios Internacionales de Comercialización en Reino Unido. Para 2008, se están organizando en Japón, Estados Unidos y Francia, estando prevista la celebración para 2009 en Dinamarca, Alemania, Bélgica, Países Bajos y Polonia.

En relación al consumo, quiero indicar que durante estos años se han realizado numerosas acciones de información y promoción sobre alimentos de calidad como campañas, asistencia a ferias y congresos de gastronomía. En algún caso se han desarrollado directamente por el Ministerio, como la campaña recién finalizada sobre productos ecológicos, cofinanciada con la UE, o realizadas por asociaciones y entidades del propio sector, en el marco de reglamentos comunitarios de promoción o iniciativas propias.

Quiero resaltar la puesta en funcionamiento de la página web "alimentación.es", que es una ventana abierta a la diversidad y calidad de los alimentos de España, presentando las diferentes campañas, calidad diferenciada, turismo agroalimentario, premios y noticias referidas a nuestra alimentación. Es un espacio abierto, dinámico, moderno e interactivo, tanto para los profesionales como los consumidores.

En todas las actuaciones hemos mantenido una filosofía de colaboración con las entidades representativas del sector para realizarlas con el mayor acuerdo posible. Y así hemos firmado convenios con la industria, distribución mayorista, grandes superficies, supermercados, restauradores y consumidores.

Vaya pues mi felicitación a Mercasa por alcanzar *Distribución y Consumo* el centenario de números y especialmente al director de la revista, a su consejo de redacción y a los coordinadores, todos ellos con alta cualificación técnica y profesional, gran experiencia y conocimiento de un sector muy importante para la economía nacional.

Expreso mi deseo de que continúe la magnífica colaboración en esta nueva etapa, en que el Ministerio asume nuevas competencias, que nos obligan a todos a enfocar la distribución y el consumo con una óptica moderna, respetuosa con el medio ambiente y, en último extremo, de lucha contra el cambio climático. ■