

MERCASA y el Ayuntamiento de Burgos firman un protocolo de intenciones sobre el futuro del Mercado Sur



MERCASA y el Ayuntamiento de Burgos han firmado un convenio para la remodelación de las instalaciones del Mercado Sur en esta ciudad. Este convenio, que también fue rubricado por los presidentes de la Asociación de Comerciantes del Mercado Sur y de la Federación de Empresarios de Comercio, contempla que los comerciantes podrán trasladarse a una sede provisional y que el proyecto del nuevo mercado estará finalizado en el plazo de un año. El presupuesto en ambas actuaciones, el traslado y la remodelación de las actuales instalaciones del Mercado Sur, asciende a 7,1 millones de euros. El nuevo mercado contará con dos plantas de 1.440 metros cuadrados, un aparcamiento de dos pisos y una zona de carga y descarga. Además de los tradicionales puestos del mercado, se prevé la instalación de un supermercado y un restaurante, entre otras dotaciones.

Las obras de MERCASANTODOMINGO cumplen los plazos previstos

Las obras de construcción de MERCASANTODOMINGO, que se iniciaron en mayo de 2003, están cumpliendo los plazos previstos y se finalizarán entre finales de 2004 y principios de 2005. El Departamento Técnico de MERCASA ha sido el encargado de redactar el proyecto y conjuntamente con Incatema ha llevado la dirección de ejecución de las obras. MERCASANTODOMINGO contará con tres plantas de 1.000 metros cuadrados de superficie cada una, que albergarán el Mercado de Frutas y Hortalizas, el Mercado de Polivalencia y Tubérculos y un Situado de Productores.



La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación visita MERCASA

La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, realizó el pasado 29 de junio una visita oficial a la sede de la Empresa Nacional MERCASA, acompañada por el secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Moraleda. La visita incluyó un recorrido por las instalaciones de MERCASA y una reunión de trabajo con el presidente de MERCASA, Javier de Paz, y el equipo directivo de la empresa, que explicaron las líneas de actividad de la empresa y los objetivos estratégicos para los próximos años, en relación, entre otros temas, con la Red de MERCAS, los centros comerciales minoristas, la remodelación de mercados municipales, la actividad internacional y el seguimiento de precios y mercados mayoristas.

Semana de la Trazabilidad en MERCAMADRID

MERCAMADRID organizó, entre el 15 y el 18 de junio pasados, la Semana de la Trazabilidad, en la que se abordó el control y la transparencia de los procesos por los que pasan los alimentos en los distintos eslabones hasta llegar al consumidor en los productos pesqueros, hortofrutícolas y cárnicos. En las diferentes mesas redondas y debates de esta semana participaron representantes de asociaciones de empresas mayoristas y minoristas de todos los sectores, junto a representantes de las Administraciones competentes en materia de trazabilidad.

En la jornada de inauguración participaron, entre otros, el secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Moraleda; el consejero de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid, Manuel Lamela; y el presidente de MERCASA, Javier de Paz, que en su intervención destacó el protagonismo de la Red de MERCAS en la distribución de productos perecederos y destacó su papel decisivo en la contribución a los programas de trazabilidad.



La Fundación Auna destaca a la web del MAPA como la primera entre las de todos los Ministerios

La web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ocupa el primer lugar en calidad y mejores servicios en la información on-line de los Ministerios, según el IV Informe anual sobre desarrollo de la Sociedad de la Información en España, preparado por la Fundación Auna. Este informe, en el que se analizan 698 web de Administraciones Públicas, que incluyen Ayuntamientos, comunidades autónomas e instituciones del Estado, así como de universidades, ha valorado las mejoras operadas en la web del MAPA, que ha pasado de la décima posición, del informe de 2003, a encabezar el ranking de las páginas web de los Ministerios.

La página www.mapa.es recibe una media de 20.000 visitas diarias y más de 600.000 consultas al mes y está prevista la traducción completa del portal a las lenguas cooficiales en las comunidades autónomas, así como a las europeas.

Además se están realizando ya pruebas para conseguir que, antes del último trimestre del año, el portal entero sea accesible para discapacitados, en cumplimiento de las normas mundiales de diseño WAI (Web Accessibility Initiative), emanadas del W3C, consorcio mundial de Internet.



El Ministerio de Agricultura entrega los premios a la "Mejor Empresa Alimentaria Española 2003"

Los premios a la "Mejor Empresa Alimentaria Española 2003", que concede anualmente el Ministerio de Agricultura, han recaído en su cuarta edición en Bodegas Navarro López, Galletas Siro, Agroinnova, Piscifactoría Sierra Nevada, Dulcesol, Azucarera Ebro, Leche Pascual, Coren, Surinver y Bodega Somontano. Estos premios pretenden incentivar a la industria alimentaria española para seguir avanzando en la calidad de sus productos, la promoción, la investigación, la protección del medio ambiente, el desarrollo rural y la seguridad alimentaria del sector, así como en la apertura de nuevos mercados.

El beneficio de Carrefour aumentó el 1,9% en 2003



El resultado neto de Centros Comerciales Carrefour durante 2003 ascendió a 323,5 millones de euros, un 1,9% más que en 2002. El resultado de explotación o EBITDA ascendió a 351,8 millones de euros, el 16,6% más, progresión debida al crecimiento en ventas, reducción de márgenes y control de los gastos de distribución, mientras que el resultado antes de impuestos fue de

439,2 millones de euros, el 10% más que en 2002.

El resultado extraordinario de 2003 fue de 51 millones de euros, 20 millones de euros inferior al de 2002, ejercicio en el que se generaron fuertes plusvalías por la venta, y posterior alquiler, de 59 supermercados Champion. La cifra de venta neta alcanzó los 8.071,2 millones de euros, el 9,2% más que en el ejercicio anterior, mientras que la cifra de venta bruta sumó 8.940 millones de euros, el 9,3% más.



Nueva gama de pastas con verduras Gallo

Pastas Gallo, marca dedicada a la fabricación y comercialización de pastas en España, vuelve a innovar en el mercado nacional con el lanzamiento de la gama de Pastas con Verduras, elaborada con judías verdes, espinacas, zanahorias y sémola de trigo duro. La nueva gama, que se presenta en envases de 250 y 500 gramos, y en las variedades de spaghetti, plumas rayadas y fideos para sopa, responde a las necesidades de los consumidores actuales que buscan productos naturales de calidad y con sabor.

“Tertera de los Pirineos Catalanes” será la primera IGP transfronteriza de la UE



La Indicación Geográfica Protegida (IGP) “Tertera de los Pirineos Catalanes” será la primera IGP transfronteriza de la Unión Europea, según el acuerdo alcanzado entre los Gobiernos de España y Francia para solicitar ante la Comisión Europea la protección y el registro de esta mención. En el acuerdo que permitirá la creación de esta mención de calidad han intervenido los Ministerios de Agricultura francés y español, la Generalitat de Cataluña y el sector. La IGP “Tertera de los Pirineos Catalanes” será también denominada en catalán y francés, bajo los nombres “Vedella dels Pirineus Catalans” o “Vedell des Pyrénées Catalanes”, así como “Rosada de los Pirineos Catalanes”, “Rosada dels Pirineus Catalans” o “Rosée des Pyrénées Catalanes”.

Campaña de promoción del consumo de frutas y hortalizas “5 al día”



La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, presentó el pasado 15 de junio la campaña de promoción del consumo de frutas y hortalizas frescas, organizada por la Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas “5 al día”, y que busca fomentar el consumo de cinco raciones de productos hortofrutícolas al día, como mínimo, con el fin de mejorar los hábitos alimenticios de la sociedad. Las acciones promocionales se desarrollarán en toda España durante los años 2004 a 2006 y va dirigida a toda la población, pero en especial a niños, adolescentes y familias jóvenes, pues el consumo de frutas y hortalizas en esta franja de la población es muy inferior al recomendable. Esta campaña está financiada en un 70% por las Administraciones Públicas, donde el 50% lo aporta la Unión Europea y el 20% el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), contando con un presupuesto de 14,2 millones de euros para los tres años.

Los mejores pinchos de Navarra, recogidos en un libro



El Consejo Regulador de la Denominación de Origen “Navarra” acaba de editar el libro “Los Pinchos”, escrito por el periodista Jorge Saulea Parés. La obra recopila toda la oferta gastronómica que se ha presentado a lo largo de la Semana del Pincho de Navarra, celebrada en marzo del presente año. En sus 150 páginas esta publicación presenta imágenes de todos los pinchos, acompañadas por su correspondiente descripción y por la recomendación del vino más indicado en cada degustación. Además, se adjunta la ficha del establecimiento protagonista con el detalle de sus especialidades y otros datos de interés.

La DO “Cereza del Jerte” certifica 4.300 toneladas de picotas en 2004



El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida “Cereza del Jerte” prevé certificar 4.300 toneladas de picotas en 2004, una cantidad similar a la del año pasado, aunque inferior a la de 2002, que superó las 8.000 toneladas. Este descenso de la producción se debe a las adversas condiciones climatológicas que afectaron a la

floración, aunque la picota con denominación de origen de esta campaña “posee una excelente calidad”.

Aproximadamente el 60% de la producción se distribuye en el mercado nacional, mientras que el 40% restante se destina al mercado exterior, donde el Reino Unido y Alemania son los principales receptores de cerezas.

Las franquicias facturaron 13.900 millones de euros en 2003, un 16,8% más

El sistema de la franquicia en España facturó en 2003 un total de 13.900 millones de euros, un 16,8% más que el año anterior, según el informe “La Franquicia de España”, presentado por Xavier Vallhonrat, presidente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), y Eduardo Abadía, gerente de la AEF. Según este informe, del total de facturación generado por la franquicia durante el pasado año, el 70% corresponde a establecimientos franquiciados y el 30% a establecimientos propios.

El informe de la AEF revela también que el número de empresas franquiciadoras que operan en nuestro país se incrementó en un 2,5%, hasta alcanzar las 650. De ellas, el 81% (531) son españolas y el resto tienen origen en otros países, Francia, Estados Unidos e Italia, fundamentalmente.



► Nuevas categorías en los centros comerciales



El Comité Técnico de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), tras reunirse recientemente, ha decidido la modificación de algunas definiciones y tipologías de centros comerciales que se venían utilizando hasta hoy, con el objetivo de hacer más precisos sus términos y ajustarlos en mayor medida a la realidad de la industria.

En primer lugar, el antiguo Centro Temático (CT) pasa a llamarse Centro Especializado (CE), el Centro Comercial fundamentado en un hipermercado (HI) pasa a ser una Galería Comercial fundamentada en un hipermercado, el Centro Comercial Grande (GR) pasa a ser Mediano (ME) y el Centro Comercial Regional (RE) pasa a denominarse Centro Comercial Grande (GR). El Parque de Actividades Comerciales (PC) se mantiene igual.

Por otro lado, la Galería Comercial urbana (GC) pasa a tener hasta 5.000 metros cuadrados de Superficie Bruta Alquilable (SBA), frente al anterior tope de los 4.000 metros cuadrados, y el Centro Comercial Pequeño (PE), de 4.001 hasta 15.000 metros cuadrados de SBA, modifica su hosquilla de los 5.001 hasta los 20.000 metros cuadrados. Este último cambio repercute en el mínimo de SBA del ahora Centro Comercial Mediano (ME), de 15.001 hasta 40.000 metros cuadrados, que pasa a situar su mínimo en 20.001 metros cuadrados. Por último, el Centro Comercial Grande (GC) –antes RE– mantiene la SBA de más de 40.000 metros cuadrados.

► Nace la IGP “Pan de Cea”



La Indicación Geográfica Protegida (IGP) “Pan de Cea” fue reconocida el pasado 16 de abril de 2004 y seguidamente ratificada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Esta denominación

tiene como zona geográfica el término municipal de San Cristovo de Cea y en, la actualidad tiene inscritos un total de 15 hornos. Una vez elaborada su imagen corporativa, el consejo regulador trabaja en actividades de promoción para dar a conocer un producto tradicional como éste. El objetivo de esta IGP consiste en mantener intacta la tradicional elaboración y presentación del pan de Cea.

El pan de Cea se elabora con harina de trigo, agua y sal, al modo tradicional. Su presentación es alargada y redondeada en sus extremos, tiene una hendidura transversal en el centro de su parte superior llamada “fenda”, que diferencia la pieza en dos partes iguales. En cuanto a la elaboración, el pan de Cea sufre normalmente tres amasaduras, el horneado se realiza en tres etapas, el tiempo de cocción es como mínimo de 120 minutos y la maduración es de una hora.



► Hispack 2006 contará con 125.000 metros cuadrados de exposición

El Salón Internacional del Embalaje, Hispack 2006, que tendrá lugar del 27 al 31 de marzo de 2006 en el recinto Gran Vía M2 de Fira de Barcelona, podrá ocupar los cuatro pabellones del recinto, en total más de 125.000 metros cuadrados de exposición, que suponen 65.000 metros cuadrados de stands. En su próxima convocatoria, Hispack se ha marcado nuevos retos, como el aumento de su dimensión internacional o la organización de un encuentro científico tecnológico, con el fin de revalidar su crecimiento y su condición de referente sectorial. Estos objetivos (junto al cambio de periodicidad que pasa a ser trienal y a la disponibilidad de mayor espacio en el recinto ferial) se suman a la proyección y mejora de iniciativas anteriores que hoy forman parte de la propia identidad del salón.

Los sectores de actividad que están presentes en Hispack son: Maquinaria y accesorios de envase y embalaje. Maquinaria y equipos de embotellado. Maquinaria para etiquetado, codificación y marcaje. Maquinaria para procesos de fabricación de productos a envasar. Materias primas. Materiales y medios de envase y embalaje. Productos auxiliares. Publicidad en lugar de venta. Logística. Manipulación, almacenamiento y distribución. Medio Ambiente. Recuperación. Tratamiento y reciclaje. Empresas de consultoría, ingeniería y servicios afines.

► Sevilla acogerá en octubre el IX Congreso Español de Centros Comerciales



Sevilla acogerá este año el IX Congreso Español de Centros Comerciales, que se celebrará del 13 al 15 de octubre bajo el lema “Estilo de Vida”, con el que se rendirá homenaje a los millones de personas que cada año visitan los centros comerciales del país. El congreso, que servirá además para analizar también las tendencias del consumo moderno y “cómo cohesionar y dar vigor” a los centros de ciudad, congregará a más de 1.000 profesionales, entre los que destacan comerciantes, inversores y promotores, junto a representantes de la Administración central, local y autonómica y especialistas en este tipo de comercio.



Entregados los premios Gran Selección 2004

Un total de 46 galardones se repartieron en el acto de entrega de los premios Gran Selección 2004, que concede el Gobierno de Castilla-La Mancha, que se celebró el pasado mes de junio.

En vinos, el "Viña Albali Gran Reserva 1996", de la bodega Félix Solís de Valdepeñas, se alzó con el primer premio para tintos de más de cinco años; en el apartado de tintos de

más de tres años obtuvo el galardón el "Yuntero Reserva 2000", de la cooperativa Jesús del Perdón de Manzanares (Ciudad Real); mientras que "Tintoralba Crianza 2001" se llevó el primer premio en tinto de más de dos años y "Albor", de Bodegas Martínez Sáez de La Roda (Albacete), se alzó con el primer premio al tinto joven.

"Monte del Alcalde", de Bodegas J. Santos de Villa de Don Fadrique (Toledo), obtuvo el primer premio en la categoría de rosados; y "Majasverdes", de la cooperativa San Isidro de Villanueva de Alcardete (Toledo), logró el máximo galardón en blancos. En espumosos ganó "Alcardet Brut", de la cooperativa Nuestra Señora del Pilar de Villanueva de Alcardete (Toledo).

En quesos manchegos, el primer premio en el apartado de artesano curado lo ganó "Marantona", de Quesos La Casota de La Solana (Ciudad Real); en la categoría de artesano de media curación ganó "Chisquero" de Agrícola La Merced de Villanueva de los Infantes (Toledo), en el apartado de industrial curado el primer premio fue para "Casa del Campo"; de Manzanera Arias de Albacete, y el mejor industrial de media curación fue "Corcuera", de Quesos Corcuera de La Puebla de Montalbán (Toledo).

Los mejores aceites de oliva en la Gran Selección 2004 fueron, en el apartado de virgen extra, "R. Lencina", de Aceites R. Lencina de Hellín (Albacete), y "Arzuaga" de la empresa Ifama de Noez (Toledo), en la categoría de los incluidos en la denominación de origen "Montes de Toledo".

La mejor miel de Castilla-La Mancha este año ha sido "Miel Las Obreras (espliego)", de Buleo Miel de Minglanilla (Cuenca) y "Colmeneros Alcarreños" de Huelves (Cuenca) en la categoría de las incluidas en la denominación de origen "La Alcarria".

Por último, el primer premio de azafrán recayó en "La Rosera", de Bealar S.L. de Motilla de Palancar (Cuenca).

Fruit Logistica prepara la próxima edición para 2005



La Feria Internacional para el Marketing de Frutas y Hortalizas Fruit Logistica, celebrada en Berlín, prepara ya la edición del año 2005, en la que ocupará ocho pabellones de la Messe Berlín, dos más que en 2004. En la última edición, la superficie de exposición alcanzó los 21.720 metros cuadrados, que fueron ocupados por 1.212 expositores, de los cuales 885 eran de fuera de Alemania. En cuanto a los visitantes,

alrededor del 35%, unos 7.700, eran alemanes, mientras que el 65% restante, más de 14.000, eran del exterior.

La próxima edición, que se celebrará del 10 al 12 de febrero de 2005, contará con numerosas actividades paralelas, desde jornadas a seminarios, que acompañarán a la muestra y que comenzarán el día 9 de febrero con la inauguración del Foro Fresco de Frutas y Hortalizas.

Soignon lanza dos nuevas variedades de queso de cabra



Soignon acaba de poner a la venta dos nuevas variedades de queso de cabra, Soignon Selección y Ligerito Soignon, ambos en un nuevo formato "al corte", más práctico y adaptado a las necesidades de la selección. El nuevo Soignon Selección está elaborado exclusivamente a base de leche de cabra pasteurizada, posee una textura untuosa y fundente y se presenta en un envase microbodega de afinado, que garantiza su conservación. Por su parte, el Queso de Cabra Ligerito Soignon, también fabricado a base de leche de cabra pasteurizada, combina todo el sabor con un mejor equilibrio alimentario, gracias a su moderado contenido en materia grasa, tan sólo el 13,7% en el producto acabado.

Un estudio demuestra las ventajas saludables del vino para hombres con hipertensión

Un estudio realizado por un equipo de investigadores del Worcester Medical Center, de Massachussets, en Estados Unidos, y dado a conocer en España por la Fundación para la Investigación del Vino (FIVIN), ha demostrado las ventajas saludables del consumo moderado de vino para los hombres con hipertensión. El estudio, realizado durante varios años con un total de 14.125 hombres diagnosticados de hipertensión, afirma que los hombres con esta enfermedad, en edad comprendida entre 40 y 84 años, y que habitualmente consumen vino de manera moderada, muestran un 44% menos de riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares.