

## Elena Espinosa presenta el estudio de MERCASA "Alimentación en España 2004"

La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, presentó, el pasado 25 de octubre, el estudio "Alimentación en España 2004. Producción, Industria, Distribución y Consumo", realizado por la Empresa Nacional MERCASA y recogido en un libro de más de 500 páginas. Asimismo, en este acto intervinieron el presidente de la SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), Enrique Martínez Roble; y el presidente de MERCASA, Javier de Paz. Entre los asistentes –en total unas 150 personas– se encontraban otros responsables del Ministerio de Agricultura y de la SEPI, junto a representantes de numerosos medios de comunicación, de organizaciones sectoriales, instituciones y empresas de todos los eslabones de la cadena alimentaria.

Todas las intervenciones destacaron la positiva contribución de MERCASA con este estudio, que se realiza por octavo año consecutivo, a un mejor conocimiento de la realidad de la alimentación en todas sus facetas.

Como en las ediciones anteriores, para realizar este informe, MERCASA ha vuelto a contar con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cuyas estadísticas constituyen el soporte fundamental para el análisis, así como con las Consejerías de Agricultura de las comunidades autónomas, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y las diferentes asociaciones sectoriales que la componen, y los consejos reguladores de las denominaciones de origen, específicas, indicaciones geográficas, etc.

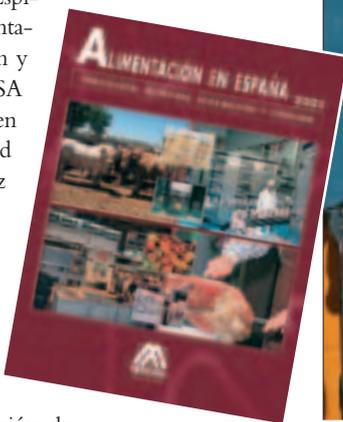
El objetivo final es contribuir a un permanente y mejor conocimiento de la realidad alimentaria española, para lo cual la estructura del informe se organiza como un manual de consulta rápida, con una doble vertiente de análisis: por sectores y por comunidades autónomas.

Para ello, el libro agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada sobre producción, industria, distribución y consumo de alimentos en España, utilizando en cada

caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas más reconocidas y fiables.

En esta ocasión, por primera vez, la edición en papel del Informe 2004 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España va acompañada también de un CD-ROM con los mismos contenidos, en formato pdf.

Asimismo, también por primera vez, todos los contenidos del informe se podrán consultar de forma permanente en Internet, en la página web de MERCASA: [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es).



## El MAPA y la FIAB presentan un informe sobre las necesidades futuras de la industria alimentaria

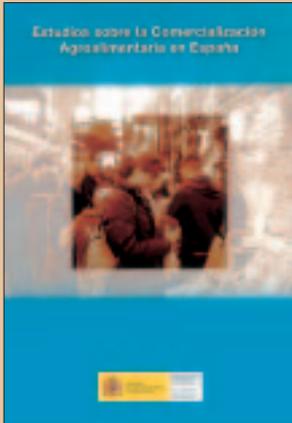


El pasado 25 de octubre tuvo lugar en Barcelona la presentación de un informe sobre la industria alimentaria en el que han colaborado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), bajo el título "Ganar dimensión. Una necesidad para la industria de la alimentación y bebidas". En la actualidad, este sector se caracteriza por la existencia de un elevado grado de empresas familiares, con escasa tendencia a la exportación, y tan sólo un 3,9 por ciento de las empresas alimenta-

rias españolas cuentan con más de 50 trabajadores.

El informe, realizado por el Instituto Internacional San Telmo y el Rabobank, recoge las razones por las que ganar dimensión debe ser una estrategia para mantenerse en el mercado a medio plazo. Entre ellas, se reseña la necesidad de afrontar el comercio en mercados exteriores, y las inversiones en I+D para cumplir con los nuevos requisitos legales, científicos y tecnológicos, y los derivados de las nuevas exigencias de un consumidor muy exigente.

## “Estudios sobre la Comercialización Agroalimentaria en España”



La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, presentó el pasado mes de noviembre los “Estudios sobre la Comercialización Agroalimentaria en España”, un conjunto de trabajos, de carácter trimestral, en los que se analizan las opiniones e impresiones de todos los agentes que intervienen en la cadena alimentaria y las magnitud

des económicas que caracterizan los distintos sectores.

El primero de estos estudios demuestra que a la hora de escoger un establecimiento de compra, casi el 60% de los encuestados indica como motivos la proximidad y la calidad de los productos, mientras que el precio, que ocupa el tercer lugar, sólo es señalado como motivo de elección por un 40% de los encuestados. Más del 60% de los consumidores prefieren ser fieles a su establecimiento de compra habitual y dedican 3,3 horas por semana a la compra de productos de alimentación, siendo los viernes por la tarde y los fines de semana los momentos de compra elegidos por más de una cuarta parte de los españoles encuestados.

El estudio indica también que los alimentos que más se consumen diariamente son el pan y sus derivados, las frutas y hortalizas, y los productos lácteos, mientras que en cuanto a los productos cárnicos, de la pesca y charcutería, el consumo medio está situado alrededor de los diez días al mes. Asimismo, más de la mitad de los consumidores opinan que los folletos publicitarios no inciden en la elección de un establecimiento de compra y la mayoría tampoco se ve influida por la publicidad en los medios de comunicación.

En el caso de la distribución, los agentes encuestados opinan que los productos de marca propia que mejor aceptación tienen son la leche y los derivados lácteos. Señalan, asimismo, que la alta competencia en precios es la mayor dificultad que encuentran para la venta de sus productos, seguida de la cada vez mayor exigencia de los consumidores. Indican, además, que el sector agroalimentario está peor que el resto de sectores económicos, mientras que apenas el 35% de la distribución o menos del 30% de los consumidores piensa de la misma manera.

Todos los agentes coinciden en que la evolución del sector agroalimentario en el último año ha sido positiva, tal como indican los porcentajes de satisfacción que, para todos los agentes, se sitúan casi en el 50%, y se muestran optimistas ante las perspectivas de ventas para los próximos meses.

## Una exposición conmemora el 25 aniversario del traslado del Matadero de Barcelona a MERCABARNA



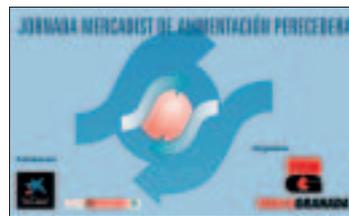
MERCABARNA ha celebrado el 25 aniversario del traslado del Matadero de Barcelona a las instalaciones de la Unidad Alimentaria con una exposición organizada en la Biblioteca Joan Miró, situada en el Parque Joan Miró, donde se ubicaban las instalaciones del antiguo matadero.

La exposición fue inaugurada el 8 de octubre con la presencia del consejero d'Agricultura, Ramaderia i Pesca, Antoni Siurana; el primer tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona y vicepresidente de MERCABARNA, José I. Cuervo; el presi-

dente de MERCASA, Javier de Paz, y el director general de MERCABARNA, Jordi Maymó.

En cuanto a la exposición, esta cuenta con un doble recorrido. En el primero de ellos, una serie de paneles explicaba la historia del consumo de carne por parte de los humanos desde la prehistoria hasta nuestros días, mientras que en el segundo recorrido, a través de fotografías, recoge cómo se hacía el sacrificio de los animales 25 años atrás y cómo se hace ahora.

## Jornada sobre distribución de alimentación perecedera en MERCAGRANADA



MERCAGRANADA organizó el pasado 19 de noviembre una jornada, bajo el título de Mercadist de Alimentación Perecedera, con el objetivo de promover el conocimiento de las necesidades de las

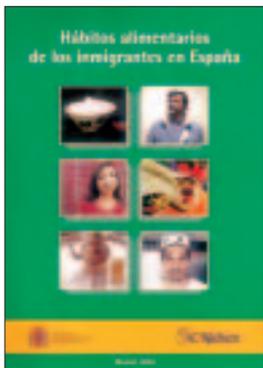
cadenas de distribución en el ámbito de perecederos, así como la oferta que los mayoristas de MERCAGRANADA pueden realizar para atenderlas.

Además, con esta jornada se facilitó el encuentro entre responsables de compras de cadenas de distribución y mayoristas de alimentación perecedera de MERCAGRANADA.

La jornada fue inaugurada por José Torres Hurtado, alcalde de Granada y presidente del consejo de administración de MERCAGRANADA; y entre las intervenciones destacó la conferencia de Roberto Alonso, responsable del Área de Mercados Minoristas de MERCASA, sobre la transformación de la distribución comercial española.

Por su parte, José Prieto Muñoz, director de Aprovisionamientos y Logística en Supermercados SABECO, explicó la experiencia de esta empresa de supermercados en la Red de MERCAS.

### Fernando Moraleda presenta el libro "Hábitos alimentarios de los inmigrantes en España"



El secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Moraleda, presentó el pasado 27 de octubre en Madrid el libro "Hábitos alimentarios de los inmigrantes en España", publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). En la obra se analizan, primeramente, los datos sobre los extranjeros residentes en España, para después realizar un estudio de los hábitos alimentarios y de compra de la población inmigrante.

En la realización de la obra se han tenido en cuenta los tres principales grupos de población inmigrante en nuestro país, procedentes de América Central y del Sur, principalmente ecuatorianos y colombianos; de África, donde tres de cada cuatro inmigrantes son marroquíes, y del resto de Europa, destacando la población de nacionalidad rumana.

El estudio demuestra que el cada vez mayor número de inmigrantes que vive en España se adapta a las costumbres y hábitos alimentarios del país, al tiempo que mantiene gran parte de sus usos y gustos alimentarios tradicionales. En el análisis de las costumbres de los inmigrantes al comprar los productos alimenticios, se observa que éstos demandan sobre todo calidad a buen precio, dando mucha importancia a aspectos que tienen que ver con la salud y con la fecha de caducidad, así como su clara adaptación a la oferta de la distribución en España, a la que en general conocen bien.

Este estudio se ha abordado desde un punto de vista cualitativo, a través de reuniones de grupos con la población inmigrante para que hablen espontáneamente de los temas citados, y cuantitativo, mediante la distribución de cuestionarios a los emigrantes en todo el ámbito nacional, elaborados a partir de las conclusiones de las reuniones de grupo.

### Salical-Tecnosalical 2005 ya está ocupado al 70%

El 70% del espacio de Salical, Ecosalical y Tecnosalical, salones dedicados a la alimentación de la calidad que se celebran en La Rioja, ya están ocupados, una vez que se han celebrado las reuniones de adjudicación preferencial de espacios a las empresas expositoras de otras ediciones. Tras esta etapa de adjudicación preferencial se ha iniciado la admisión de nuevos expositores.

La VIII edición de Salical, Salón Internacional de los Productos Alimentarios, Vinos y Bebidas con Indicación de Calidad y Alimentos Ecológicos, y la V Edición de Tecnosalical, Salón Internacional de Procesos, Maquinaria, Equipos y Servicios para Productos Alimentarios, Vinos y Bebidas con Indicación de Calidad, tendrán lugar del 13 al 16 de marzo de 2005.

### Promoción de la IGP Cítricos Valencianos en Polonia



El presidente y el gerente del Consejo Regulador IGP Cítricos Valencianos, Enrique Blasco y Juan Bautista Juan estuvieron en la feria AGF Poland de Varsovia celebrada los días 17 y 18 de noviembre. En esta feria se dieron cita en su gran mayoría expositores polacos y holandeses, ya que el certamen estuvo apoyado por los organizadores de la feria AGF Totaal de Róterdam. Siendo la primera edición, la presencia de profesionales ha sido positiva y se han cumplido las expectativas de la IGP Cítricos Valencianos en cuanto a dar a conocer, en un mercado en plena expansión y de cerca de 40 millones de habitantes, las bondades de los cítricos valencianos amparados por la IGP, y conseguir contactos comerciales para las empresas inscritas en el Consejo Regulador.

### La facturación de IKEA Ibérica crece un 33%



IKEA Ibérica, compañía de origen sueco dedicada a la venta de muebles y accesorios de decoración para el hogar, ha cerrado el ejercicio 2004 con una facturación de 516,5 millones de euros,

lo que supone un incremento del 33% en relación con el ejercicio anterior. Asimismo, a cierre de este ejercicio, IKEA Ibérica contaba con una plantilla de 3.000 trabajadores y sus tiendas recibieron a más de 12 millones de visitantes, un 22% más que en el ejercicio precedente.

IKEA tiene en la Península Ibérica actualmente seis tiendas: en Alcorcón y San Sebastián de los Reyes (Madrid), en Badalona y L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), en Castilleja de la Cuesta (Sevilla) y en Amadora (Portugal). Además, IKEA cuenta con un centro de distribución en Valls (Tarragona) que suministra productos a las tiendas de la compañía en el suroeste de Europa y que constituye la base logística para la expansión de IKEA en la Península Ibérica.

## ■ El Salón de la Alimentación vuelve a celebrarse en primavera

El Salón de la Alimentación, SAL 2005, vuelve a sus fechas de origen y se celebrará de nuevo en primavera, respondiendo a las peticiones del sector. Las fechas previstas para el desarrollo del certamen, en su sexta edición, serán del 30 de marzo al 2 de abril de 2005, en el Parque Ferial Juan Carlos I, IFEMA, entidad organizadora del certamen. La feria dedicará una atención especial a los segmentos de mercados en alza como son la comida preparada, la comida étnica y los alimentos para la alta gastronomía, y para dar apoyo a estas áreas, se han creado sus tres espacios correspondientes: SAL preparada, SAL étnica y SAL gastronómica.

El certamen estructurará la oferta en torno a los sectores de Aceites; Bebidas; Cárnicos; Comida étnica; Comida preparada y semi-preparada; Confitería, dulcería, galletas y panadería; Congelados; Conservas y semiconservas: Frutas, hortalizas y verduras; Lácteos; Pescados; Vino, y otros productos alimentarios.

Tras las cifras alcanzadas en la edición de 2003, cuando el salón fue visitado por más de 23.000 profesionales, procedentes de 92 países, la actual convocatoria se presenta como una cita imprescindible del sector. SAL 2003 contó con la presencia de un total de 573 empresas participantes, así como 1.169 marcas de alimentación, en un área expositiva de 12.759 metros cuadrados netos.

## ■ El FROM pone en marcha la campaña de información de etiquetado 2004

Bajo el eslogan "Pescados con etiqueta, Pescados de calidad", el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación puso en marcha, a través del Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos (FROM), una campaña de etiquetado que se ha desarrollado del 4 al 27 de noviembre.

La campaña se llevó a cabo durante tres días a la semana (jueves, viernes y sábados) en los mercados municipales de diversas ciudades españolas como Madrid, Valencia, Málaga, Zaragoza, Sevilla, Santander, Albacete, Valladolid, Vigo y Pontevedra.

La promoción ha consistido en la instalación de un stand en cada uno de los mercados referidos, donde se entregó un folleto informativo y una tarjeta "rasca y gana" con regalo seguro y con la que se ha conseguido llegar a más de 60.000 consumidores.

## ■ Galletas Gullón lanza Magic 02



Galletas Gullón acaba de lanzar al mercado Magic 02, un sandwich relleno de chocolate y enriquecido con jalea real. Este producto, que se ha

diseñado con un colorido packaging lleno de ilustraciones con motivos de magia, pesa 168 gramos y está compuesto de envases individuales para facilitar su traslado y poder llevarlo a cualquier parte.

### El Salón de las Denominaciones de Origen y Delicatessen de Vigo recibe a más de 17.000 profesionales



El pasado 10 de noviembre concluyó el Salón de las Denominaciones de Origen y Delicatessen en el recinto del Instituto Ferial de Vigo, “con gran satisfacción de los expositores por la calidad del público asistente”, según indicó la directora del Salón, Ana Montenegro,

quien señaló que más de 17.000 profesionales de toda España y de Portugal visitaron el salón desde su apertura el 8 de noviembre.

“Los objetivos de expositores y visitantes se han cumplido”, explicó Montenegro; a nivel de público “porque ha respondido con gran interés”, pero también porque el contenido del salón “ha despertado la curiosidad de los profesionales y existe el convencimiento de que este salón ayudará a los profesionales del sector a encontrar productos de alta calidad”.

Asimismo, la directora del salón señaló también que desde el punto de vista de los expositores los objetivos también se han hecho realidad “porque se han hecho muchos contactos que han permitido la entrada en nuevos mercados, por un lado, y ampliar la cartera de clientes, por otro”.

### MERCABARNA aumenta la venta de alimentos para población emigrante

De forma progresiva y constante aumenta en los diferentes mercados de MERCABARNA el volumen de alimentos importados, tanto frescos como elaborados, a causa de una creciente demanda derivada del fenómeno migratorio que se vive en Cataluña, especialmente en Barcelona y su área metropolitana.

Respecto a los elaborados, ejemplos de la variedad de productos que se comercializan en MERCABARNA son la tahina árabe, el cuscús marroquí, la cerveza de Venezuela, las algas chinas, las salsas africanas, los fríjoles mexicanos o los diferentes tipos de arroces propios de las sociedades asiáticas, especialmente de China y de India. También entre los productos frescos se observa una creciente oferta de alimentos propios de otros tipos de sociedades.



### Presentada la edición de Alimentaria Lisboa 2005

El pasado 4 de octubre, en Madrid fue presentada la octava edición de Alimentaria Lisboa 2005, que tendrá lugar del 10 al 13 de abril de 2005 en la capital lusa. Esta edición será de nuevo el puente natural para el comercio alimentario entre los países de habla e influencia portuguesa. El salón, organizado por Alimentaria Exhibitions y Feira Internacional de Lisboa, se ha consolidado ya como un auténtico vivero de negocios para la industria alimentaria en el mercado luso y de influencia.

Esta feria es ya una cita obligada para multitud de operadores del sector y contará, en 25.000 metros cuadrados netos de espacio, con la presencia de 1.400 empresas procedentes de 40 países, repartidas en 9 salones monográficos que pretenden facilitar la organización de las visitas de los compradores profesionales y el contacto comercial.



### “Guía para la aplicación del Sistema de Trazabilidad en la empresa agroalimentaria”

Con el objetivo de dar respuesta a las expectativas despertadas en relación con la obligatoriedad de mantener sistemas de trazabilidad a partir del 1 de enero de 2005, el Ministerio de Sanidad y Consumo y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria acaban de publicar la “Guía para la aplicación del Sistema de Trazabilidad en la empresa agroalimentaria”.

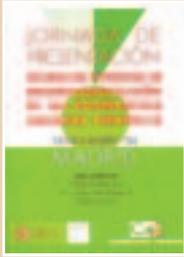
Para su elaboración, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria mantuvo un primer contacto con todas las asociaciones profesionales alimentarias, de las que se formó un equipo de trabajo encargado de la redacción de un primer borrador. Este borrador posteriormente fue sometido a consulta al resto de asociaciones profesionales, así como a todos aquellos organismos públicos con competencias directas o indirectas en el sistema de trazabilidad, fundamentalmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y las comunidades autónomas.

De ese borrador surgió finalmente una guía de carácter general para todos los sectores, con el deseo de que sirviera como punto de partida para el desarrollo de nuevas guías, específicas para los diferentes sectores. No es un documento vinculante, que tan sólo pretende facilitar la homogénea aplicación del sistema de trazabilidad y es un documento dinámico, pues siempre podrá ser revisado en función de novedades legislativas o nuevos criterios existentes.

### ACK KORANCA produce la marca Carrefour en pulpo cocido y salpicón de marisco

ACK KORANCA, compañía especializada en la fabricación y venta de platos preparados con productos del mar, elabora el pulpo cocido y el salpicón de marisco de la marca Carrefour; productos sin ningún tipo de conservantes, 100% naturales, envasados al vacío y listos para comer con seis referencias que se adaptan a cada necesidad: patas de pulpo cocido en bandeja de dos unidades; pulpo cocido entero, en formato de 400-500 g o 600-800 g; pulpo cocido troceado de 150 g, natural y en aceite, y el salpicón de marisco en bandeja de 250 g.

### “Estudio sobre el potencial de Internacionalización de las cooperativas agrarias españolas”



El pasado 18 de noviembre tuvo lugar una jornada de presentación del “Estudio sobre el potencial de internacionalización de las cooperativas agrarias españolas”, que se enmarca dentro del convenio de colaboración de la Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAIE) con la Dirección General de Industrias Agroalimentarias y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Durante la jornada, el subdirector de CCAIE, Agustín Herrero, describió el resultado cuantitativo y cualitativo del trabajo de campo desempeñado para realizar este estudio, que ha permitido contactar con los principales expertos y personas implicadas en la actividad exportadora y promocional de las cooperativas agrarias españolas, así como lanzar un cuestionario a más de 500 de las cooperativas asociadas a CCAIE.

A continuación, el director general de AVEVE, grupo cooperativo belga con una actividad multisectorial, expuso un caso práctico de internacionalización de cooperativas agrarias en la Unión Europea. Finalmente, el director general de CCAIE, Eduardo Baamonde, expuso las principales conclusiones del estudio y sus propuestas de actuación, que constituirán la base del lanzamiento de nuevas estrategias de CCAIE, ya a partir del 2005.

### Tres nuevos productos apuestan por el ingrediente vegetal Beneo

Tres nuevas empresas, Vegenat, Kalise e Integral Espigas, han apostado por Beneo en tres de sus productos, ingrediente alimentario vegetal complementario. Vegenat se ha adherido al Programa de Comunicación nutricional Beneo con Vegefast Diet, una crema baja en calorías eficaz para bajar peso. Se comercializa en farmacias y se presenta en una caja que incluye 9 sobres.

Por su parte, Kalise ha añadido Beneo a Lactive Desnatado, una leche fermentada con 0 por ciento de materia grasa y tolerado por diabéticos. Al estar enriquecido con Beneo, ayuda a mejorar el funcionamiento del sistema digestivo y se presenta en sabor natural en packs de cuatro unidades de 100 mililitros.

Finalmente, Integral Espigas ha incluido Beneo en sus Croissants Integrales Bifactive, con el fin de ayudar a activar el crecimiento y el metabolismo de las bifidobacterias de la flora intestinal.



## Fira de Barcelona y AECOC organizan el I Foro de la Trazabilidad

Fira de Barcelona y AECOC organizan, de forma conjunta, el I Foro de la Trazabilidad, que se celebrará del 16 al 18 de marzo de 2005 en el Palacio de Congresos de Fira de Barcelona. El foro está destinado a dar respuesta a los interrogantes que plantea la nueva legislación europea sobre trazabilidad y, a la vez, a ofrecer las mejores herramientas para su implementación y desarrollo. El evento se estructura en dos grandes espacios: el I Congreso AECOC de Trazabilidad y Radiofrecuencia e Identificación y el área de exposición, en la que se darán cita las principales empresas de tecnología y servicios de trazabilidad y radiofrecuencia de identificación (RFID). Este congreso va dirigido a los directivos y a los responsables de las áreas de calidad, logística y cadenas de suministro, y sistemas de fabricación y distribución de todos los sectores, en especial de alimentación. El programa girará en torno a cinco grandes bloques temáticos en los que se analizará la trazabilidad desde el punto de vista de la administración y de las empresas dedicadas a la alimentación y a la no alimentación, con casos prácticos que ilustrarán su implantación en grandes compañías del sector alimentario. El congreso abordará también la situación actual y las perspectivas de futuro de la RFID, tanto desde el punto de vista tecnológico como de negocio.

## Convocado el Salón Internacional de la Tecnología Alimentaria, Barcelona Tecnoalimentaria



Con el fin de presentar las novedades más vanguardistas de la tecnología alimentaria, ofreciendo soluciones en materia de tecnología, maquinaria y equipamientos generales para la industria de la alimentación y de las bebidas, tendrá lugar del 18 al 22 de febrero de 2005, en el recinto ferial Gran Vía de Barcelona, el Salón Internacional de la Tecnología Alimentaria, Barcelona Alimentaria. El salón ocupará 40.000 metros cuadrados netos de superficie de exposición y siete salones, dos más que en la edición anterior: Tecnicop, Liqma, Tecnocárnica, Tecnoalimentaria, Expofryc, Tecnoconserva e Ingretecto.

## Avanza el Concurso Cocinero del Año



El pasado 29 de septiembre se celebró la primera de las ocho semifinales del Concurso Cocinero del Año, que tuvo lugar en el Centro de Turismo de Valencia, de la Consellería de Turisme de la Generalitat Valenciana. El chef murciano Francisco Javier García, que compitió con otros nueve chefs profesionales seleccionados de entre el centenar

de inscritos de la Comunidad Valenciana y Murcia, fue el ganador de la primera semifinal.

El certamen cuenta con el apoyo de importantes empresas e instituciones como Alimentaria, Iberdrola, Puntocash (Grupo Carrefour), Unilever Food-solutions y Sol Meliá. El concurso estuvo organizado por Catareventos y cuenta también con la colaboración de Font Vella, Oms y Viñas, Racional, Florette-Vega Mayor, Fleurance, Johnson Diversey, Nutri Pack Ibérica y Los Gemelos J.A. Henckels España.

## Nace Consum-Lab, el primer centro de investigación y estudio de las preferencias de consumo de España

El pasado 29 de septiembre se inauguró Consum-Lab, el primer centro de investigación y estudio de las preferencias de consumo de España, para lo que aplicará el análisis sensorial. Consum-Lab es una iniciativa de Ainia, centro tecnológico y principal laboratorio analítico y sensorial de España, y entre otros servicios realizará investigaciones de producto, estudios del comportamiento psico-social del consumidor y controles de atributos/calidad. Todo ello se realizará mediante la aplicación de una metodología específica basada en estudios discriminatorios y descriptivos, test de aceptabilidad y preferencia, dinámicas de grupo, entrevistas en profundidad, etc., sobre una amplia base de consumidores y usuarios en continua renovación en toda España.

## OM-PIMESCO/Ibercarretillas traslada su sede central en Barcelona

OM-PIMESCO/Ibercarretillas, empresa dedicada a la venta, alquiler y asistencia de carretillas elevadoras, reafirma su apuesta por el mercado español con el traslado y mejora de las instalaciones de su sede central en Barcelona. Las nuevas instalaciones cuentan con oficinas para gestión y atención comercial, asistencia técnica, taller, servicio postventa, laboratorio y administración, y además está perfectamente acondicionada con nuevos materiales, equipos e infraestructuras, tales como modernos sistemas informáticos, mejora integral del mobiliario y una metódica informatización.

En España, además de su sede central en El Prat de Llobregat (Barcelona), posee una delegación en Madrid y otra en Valencia, y cuenta con una extensa red de 22 concesionarios oficiales y más de 50 talleres móviles distribuidos por todo el territorio nacional.