

La ministra de Agricultura presenta el informe anual de Mercasa "Alimentación en España 2005"



Elena Espinosa.



Enrique Martínez Robles.



Javier Paz.

La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, presentó el pasado 11 de octubre, en Madrid, el estudio "Alimentación en España 2005. Producción, Industria, Distribución y Consumo", que elabora Mercasa. El acto contó también con la presencia del presidente de Mercasa, Javier de Paz; el presidente de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), Enrique Martínez Robles; el secretario general de Agricultura y Alimentación del MAPA, Josep Puxeu, y el director general de Política Comercial, Ignacio Cruz Roche; junto a una amplia repre-

sentación de otras instituciones, organizaciones sectoriales y medios de comunicación.

El estudio de Mercasa está recogido en un libro de más de 500 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. Se viene realizando con carácter anual desde 1998 y la de 2005 es, por tanto, su octava edición.

Para la elaboración de este informe,

Mercasa viene contando desde el principio 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.

La edición en papel del Informe 2005 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, todos los contenidos del informe se pueden consultar de forma permanente en Internet, en la página web de Mercasa: www.mercasa.es.

Mercasa firma un convenio con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para colaborar en la mejora de los procesos de comercialización

Javier de Paz, presidente de Mercasa, e Ignacio Cruz Roche, director general de Política Comercial, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, firmaron el pasado mes de septiembre un convenio marco de colaboración entre ambas instituciones, para promover acciones conjuntas en materia de mejora de los procesos de comercialización y aumento de la transparencia en el sector agroalimentario.

El convenio, cuya duración inicial será hasta finales de 2008, se desarrollará a partir de ahora en convenios específicos para proyectos concretos. Entre sus objetivos se incluye también ampliar y reforzar la información sobre el comportamiento del consumo alimentario en todos los ámbitos, domésticos y extradomésticos; mejorar la competitividad del sector de la distribución comercial; desarrollar acciones de sensibilización hacia el sector comercial y la sociedad, en materia de alimentación y bienestar, y actuaciones de divulgación de estudios, trabajos e informes relacionados con la producción, el comercio y el consumo alimentario.

Este convenio marco se añade al firmado hace unos meses por Mercasa con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que ya se está aplicando en 2005 con un primer convenio específico, que incluye la elaboración de análisis de tendencias de consumo por productos y en el seguimiento de los mercados y la formación de precios en los alimentos frescos.

Josep Puxeu, nuevo secretario general de Agricultura y Alimentación



Josep Puxeu.



Fernando Moraleda.

Josep Puxeu fue nombrado secretario general de Agricultura y Alimentación en el Consejo de Ministros del 30 de septiembre.

Puxeu —nacido en Falset (Tarragona) en 1958— tiene una larga experiencia en el sector. Desde mayo de 2004 era presidente de la empresa pública Tragsa, y anteriormente había sido director general del grupo cooperativo Agroles y directivo de Mercasa. Asimismo, entre 1993 y 1996 fue director general de Política Alimentaria en el MAPA. Además, Puxeu es viticultor y bodeguero.

Puxeu ha relevado en la Secretaría General de Agricultura y Alimentación a Fernando Moraleda, quien ocupaba este alto cargo desde abril de 2004 y que fue nombrado secretario de Estado de Comunicación en el mismo Consejo de Ministros del pasado 30 de septiembre.

Con anterioridad a estos dos nombramientos, en la Secretaría General de Agricultura y Alimentación del MAPA se habían producido también dos cambios más: María Echevarría sustituyó a Jorge Santiso en la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación, y Beatriz Garcés sustituyó a la propia María Echevarría en la Dirección General de Ganadería.

Entregados los premios a los “Mejores Quesos Españoles”



La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, entregó el pasado 22 de septiembre, en el Real Jardín Botánico de Madrid, el galardón “Mejores Quesos Españoles”, en su tercera edición, a 13 empresas españolas del sector. Elena Espinosa señaló en la entrega de estos premios que “España puede presumir de contar con una gran variedad y calidad de quesos, debido a la gran riqueza de razas autóctonas de bovino, ovino, y caprino, de aptitud láctea, perfectamente adaptadas al medio rural”. Añadió que España tiene una industria quesera fuerte y moderna, con una producción de más de 320.000 toneladas anuales y que ha experimentado un crecimiento del 9 % en el último año.

Los trece productores de quesos premiados pertenecen a las siguientes categorías: frescos, de pasta blanca, de pasta prensada de oveja, de pasta prensada de vaca, de pasta prensada de cabra, de pasta prensada mezcla de oveja, vaca o cabra, de pasta azul y de producción ecológica. En el grupo de los quesos frescos, el galardón fue otorgado a la firma Queronsa de Callosa d'en Sarria (Alicante), mientras que en el de pasta blanda, el premio fue para Quesos del Casar de Casar de Cáceres y el accésit para la Cooperativa Hoxe de Lalín (Pontevedra). En el área de quesos de pasta prensada de oveja, la elegida fue la firma Pascual López de Uralde Ruiz de Azua de Larrea (Álava) y el accésit se lo llevó Lácteas García Baquero de Alcázar de San Juan (Ciudad Real). Dentro del grupo de los quesos de pasta prensada de vaca, el premio fue para María Dolores Alonso Cortiñas y el accésit para Adelaida Fernández Cuba, ambas firmas de Villalba (Lugo). En el área de los quesos de pasta prensada de cabra, los premiados fueron S.A.T. Ganaderos de Fuerteventura, de Puerto del Rosario (Las Palmas), y la empresa seleccionada para el accésit fue Fuenblanquilla, de Bullas (Murcia). En la sección de quesos de pasta prensada mezcla, el galardón fue otorgado a Quesos Artesanales de Villaluenga del Rosario (Cádiz) y en la de pasta azul, a Queserías Picos de Europa de Posada de Valdeón (León).

Degustación de cava en la Plaza Mayor de Madrid



La Plaza Mayor de Madrid acogió el pasado 24 de septiembre una degustación gratuita de cava, ofrecida por el Consejo Regulador de esta bebida con motivo del comienzo de la vendimia. Numerosos madrileños acudieron a la convocatoria de la tercera edición de la Vendimia del Cava en Madrid, en la que se repartió gratuitamente este vino fresco que acompaña muy bien a los aperitivos de la mañana. El Consejo Regulador del Cava eligió precisamente la hora del aperitivo para convocar la degustación por tratarse del momento del día en que el paladar está limpio de sensaciones y potencia los sabores de los alimentos. Entre los asistentes a la Vendimia 2005 se encontraban María Echevarría, directora general de Industria Agroalimentaria y Alimentación; Gustavo García Guillamet, presidente del Consejo Regulador; Magí Raventos, presidente del Instituto del Cava y directivo del Grupo Codorníu; y Pedro Bonet, presidente de la Cofradía del Cava y directivo del Grupo Freixenet.

El MAPA presenta la campaña "Alimentos de España" en San Petersburgo

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de su Consejería en la Embajada de España en la Federación de Rusia, celebró el pasado 27 de septiembre la presentación y degustación de la campaña de promoción "Alimentos de España". Esta presentación da continuidad a los actos organizados con motivo de la participación de España en la "World Food 2005". El consejero de Agricultura en Moscú, Sebastián Fraile, realizó una breve exposición sobre la alimentación en España para dar paso a una degustación de productos, como ibéricos, conservas vegetales, berenjenas de Almagro, espárragos de Navarra, pimientos de piquillo y conservas de pescado, bonito del norte, melva y caballa. Además ofrecieron quesos de las Denominaciones de Origen Mahón, Manchego y Murcia al vino, aceite de oliva virgen y un surtido de turrón de Jijona "duro" y "blando", así como cava, vinos de las Denominaciones de Origen Rueda, Ribera de Duero, Orujo de Galicia y Pacharán Navarro.



El Ministerio de Agricultura convoca la XIX edición de "Alimentos de España"

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha convocado la XIX edición de los premios "Alimentos de España", que reconoce la labor de profesionales y entidades que contribuyen a mejorar el conocimiento y calidad de los productos alimentarios españoles. Este galardón, que premia desde 1987 la calidad, la difusión y la utilización de los alimentos, está dirigido a la restauración, los medios de comunicación y la promoción agroalimentaria, incluida en cada uno de estos apartados distintas modalidades.

En la modalidad de medios de comunicación se premiarán los trabajos de comunicación que estén relacionados con la naturaleza, la producción, transformación y comercialización, el respeto al medio ambiente, las propiedades, el valor nutritivo y aspectos culturales y gastronómicos de los alimentos de España, mientras que en el apartado de restauración se galardonará la utilización de los alimentos de España en establecimientos de restauración. Con el premio de promoción alimentaria se destacarán las mejores acciones promocionales y de publicidad llevadas a cabo, al menos en el 75% de éstas, entre el 30 de octubre de 2004 y el 31 de octubre de 2005 sobre la naturaleza o cualquier actividad productiva, comercial, de consumo, cultural o gastronómica relacionada con los alimentos de España.

La presentación de solicitudes podrá realizarse hasta el 31 de octubre de 2005, tras lo cual un jurado compuesto por profesionales de las distintas áreas otorgará los premios en las distintas modalidades.

La facturación de las franquicias de hostelería crecerá el 3,47% en 2005



La facturación de las franquicias de hostelería en España aumentará el 3,5% en 2005 hasta alcanzar los 3.851 millones de euros, según los datos del Avance del Informe Anual sobre la Situación de la Franquicia en España de la consultora Tormo y Asociados. Según este informe, las previsiones indican que para finales de año se alcanzarán los 7.525 establecimientos

franquiciados, un 4,25% más que en 2004. En cuanto a la inversión, el informe prevé que alcance los 1.232 millones de euros.

La Junta de Andalucía presenta la campaña de la marca Calidad Certificada con el lema "Está de lujo"

El consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía Isaías Pérez Saldaña, presentó el pasado 27 de septiembre en Sevilla la nueva campaña de comunicación de la marca Calidad Certificada, con el lema "Está de lujo", que pretende reflejar la excelencia de los productos andaluces.

La calidad de vida es el valor emocional en el que se basa el spot de esta campaña, que va en sintonía con otros valores racionales que marcan los productos andaluces, como son la calidad en su elaboración, la identificación y la confianza, a lo que se suma la imagen del sello Calidad Certificada.

El congreso del Comité Horeca de AECOC analiza la exportación de conceptos de restauración



Los más de 300 participantes del sector Horeca que se dieron cita el 28 y 29 de septiembre en Madrid en el III Congreso del Comité Horeca de la Asociación de Empresas Fabricantes y Distribuidoras (AECOC), analizaron los nuevos escenarios en las negociaciones y la exportación de conceptos de restauración o de modelos de gestión, además de la situación de cash&carry en España entre otros asuntos. En el congreso, el secretario general de Turismo, Raimon Martínez Fraile, ofreció la colaboración del Gobierno al sector de

la hostelería, la restauración y el catering (Horeca) para que afronte una "revolución tecnológica". Detalló que esta colaboración se puede instrumentar a través de Sedetur, una sociedad estatal para el desarrollo tecnológico que busca innovaciones técnicas que se puedan aplicar al sector y que facilitará su adopción por parte de las empresas.

Por su parte, el presidente de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR), José María Rubio, destacó que el desarrollo del turismo y de la alimentación está vinculado en gran medida a la buena marcha de la hostelería. Indicó que en este congreso se trata de poner en común muchos aspectos de la realidad del sector, como la entrada de las empresas de capital de riesgo en el negocio de la restauración.

Celebrado el XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Con el fin de debatir sobre los últimos avances científicos en torno al marketing, presentar los más recientes y relevantes trabajos de investigación y aportar soluciones eficaces para la docencia, la empresa y la sociedad en general, los profesores de marketing de las Universidades públicas y privadas españolas se reunieron el 22 y 23 de septiembre en Madrid en el XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Durante el encuentro se llevaron a cabo numerosas conferencias y mesas redondas que versaron sobre el comportamiento del consumidor, el marketing estratégico y de relaciones, la comunicación y distribución comercial, así como el marketing internacional y turístico, entre otros.



ACK KORANCA consolida su nueva imagen en Conxemar 2005

ACK KORANCA, compañía especializada en la fabricación y venta de platos preparados con productos del mar, ha participado por tercer año consecutivo en la VII edición de la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados (Conxemar), que ha servido para potenciar la nueva imagen de las recetas de “cocina fácil para una alimentación sana”, reforzar las relaciones de la empresa con sus clientes, obtener contactos cualificados y promocionar nuevos productos como el calamar al ajillo.

Nuevas galletas Fontaneda Fibra Bífidos



Uniteds Biscuits acaba de lanzar al mercado las galletas Fontaneda Fibra Bífidos, con alto contenido en fibra y efecto bífidos para el equilibrio de la flora intestinal. Asimismo, las galletas Fontaneda Fibra Bífidos están enriquecidas con ingredientes prebióticos, unas sustancias que no son digeridas por el organismo, sino que sirven de alimento para ciertas bacterias beneficiosas del intestino favoreciendo su crecimiento, lo que ayuda a regenerar la flora intestinal y a prevenir ciertas enfermedades.

Alimentaria México aumenta en un 10% su número de visitantes

La V edición del Salón Internacional de Alimentaria México, celebrada del 1 al 3 de junio en el Centro Banamex, en Ciudad de México, contó con un total de 9.757 visitantes profesionales de la distribución comercial y el foodservice, lo que supuso un incremento del 10% en número de visitas en comparación con la edición anterior. Asimismo, el certamen acogió 400 empresas expositoras, un 23% más que en el año precedente, de las que el 50% provenían del extranjero. Además, creció también el número de expositores mexicanos y el espacio dedicados a ellos.

Cultivar inaugura sus nuevos puestos de venta en Mercamadrid



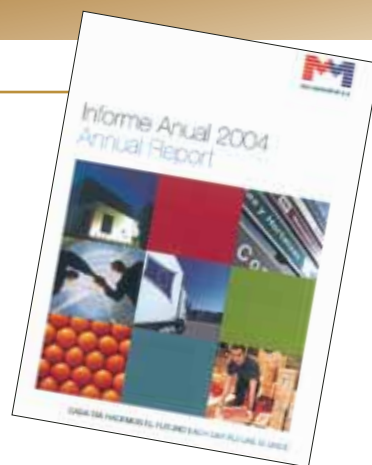
El grupo Cultivar, dedicado a la distribución de productos hortofrutícolas, inauguró el pasado 16 de septiembre seis nuevos puestos de venta situados en la nave F de Mercamadrid. Estos nuevos puntos de venta, concentrados en un solo espacio y dotados de nueva tecnología, se erigen como la mayor superficie de venta refrigerada del Mercado Central de Frutas y hortalizas de Madrid. El grupo

Cultivar cuenta con un amplio reconocimiento a nivel internacional por su especialización en la importación y distribución por España y Portugal de una gran variedad de productos hortofrutícolas, tanto nacionales como de importación, así como frutas y hortalizas exóticas procedentes de diferentes partes de mundo.

Jungheinrich ofrece soluciones globales y a medida para mejorar la capacidad de almacenaje de las empresas



Jungheinrich ofrece a numerosas empresas soluciones globales y a medida para mejorar la capacidad de almacenaje de sus instalaciones. En este sentido, cabe destacar las soluciones que Jungheinrich ha ofrecido recientemente a Mahle Sistemas de Filtración, S.L. y al Grupo MC. En el caso de Mahle Sistemas de Filtración, S.L., Jungheinrich le ofreció una solución integral para el almacenaje en sus nuevas instalaciones situadas en el polígono La Garena de Alcalá de Henares (Madrid).



Aumenta la actividad en Mercamadrid

Los datos del último informe anual de Mercamadrid confirman el aumento de actividad en esta Unidad Alimentaria de la Red de Mercas. En 2004, en Mercamadrid entraron un total de 1,91 millones de toneladas de mercancías, el 6,28% más que en el ejercicio anterior, en el que las entradas alcanzaron 1,79 millones. Asimismo, Mercamadrid recibió 4,4 millones de entradas de vehículos, el 4,7% más que en 2003.

Por su parte, el balance de Mercamadrid, S.A. correspondiente al cierre del ejercicio 2004 presenta un beneficio antes de impuestos de 7,81 millones de euros y un cash flow de 8,41 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 20,1 y del 10,8%, respectivamente, respecto a dichas magnitudes del año anterior. Por lo que respecta al EBITDA o resultado económico bruto de explotación, la cifra alcanzada se ha situado en 11,04 millones de euros, mejorando en un 15,7% respecto al año 2003. Por el lado de los gastos corrientes, su crecimiento, más moderado que el de los ingresos, se ha situado en el 5,6%.

En cuanto a la cifra de inversión alcanzada en el ejercicio 2004, las distintas actuaciones desarrolladas por Mercamadrid se han materializado en un importe total de 4,14 millones de euros. De esta cifra, algo más de la mitad se ha invertido en la remodelación de los puestos del Mercado Central de Pescado, mejorando sustancialmente el aspecto interior de la nave y las condiciones de trabajo en el mismo mercado. Paralelamente, se ha procedido a modernizar y adaptar las instalaciones eléctricas del mercado a las nuevas necesidades de demanda de suministro planteadas por el incremento de actividad.

De cara al futuro más inmediato, Mercamadrid va a ampliar sus instalaciones en 452.824 millones cuadrados, un 25% sobre la superficie actual, lo que supone la creación de una nueva área de desarrollo económico cuya inversión global se ha cifrado en más de 300 millones de euros y que permitirá la creación de 1.400 nuevos empleos.

El Banc dels Aliments repartió 2.340 toneladas de alimentos en 2004

El Banc dels Aliments repartió en 2004 un total de 2.340 toneladas de alimentos, lo que supone un 9,4% más que en el ejercicio precedente, con un valor económico de 6,08 millones de euros, un 15,1% más que en 2003. Por su parte, las empresas donantes de alimentos pasaron de 332 a 357 en 2004, un 7,5% más, mientras que los voluntarios permanentes crecieron un 10,7% en 2004, al pasar de 56 a 62. Las entidades benéficas receptoras disminuyeron un 2,2% y se situaron en 269, mientras que los beneficiarios pasaron de 55.525 a 53.572 personas, un 3,5% menos.



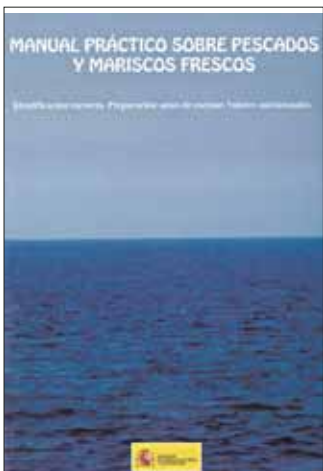
II Edición del Concurso de Cortadores de Jamón de Dompal



El pasado 3 de octubre se celebró en la sede de Dompal, en Alcobendas (Madrid), la II Edición del Concurso de Cortadores de Jamón. Seis cortadores profesionales demostraron sus habilidades en el

arte de cortar jamón ante un jurado compuesto por profesionales del mundo del jamón y un nutrido grupo de espectadores. El jurado estuvo formado por Martín Castro, responsable de Publicaciones de Mercasa; Miguel Ángel Abril, cortador de la Denominación de Origen Jamón de Teruel; Mariano Castellanos, presidente de AMYCE, Santiago Muñoz, experto cortador de la cadena Caprabo, y Andrés Jiménez, maître y dueño del restaurante El Jamón del Abuelo. Ellos cinco fueron los responsables de evaluar el quehacer de los concursantes, determinando que el vencedor fuese Miguel Ángel Castellanos, del restaurante L'Albufera de La Moraleja, quien recibió un jamón Dompal.

Libros



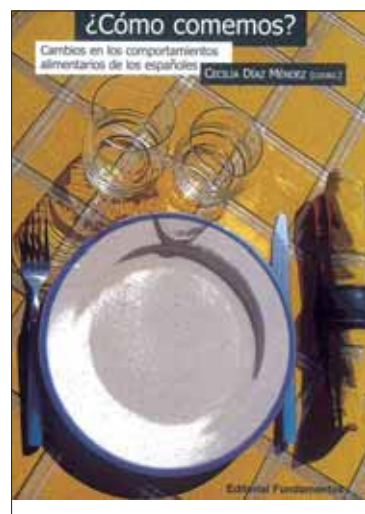
Manual práctico sobre pescados y mariscos frescos

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través del FROM, acaba de publicar el “Manual Práctico sobre Pescados y Mariscos Frescos” que responde al interés de las Administraciones Públicas con competencia en materia alimentaria de garantizar la calidad de los pescados y mariscos. La presente edición pretende servir de referencia tanto al consumidor final como a los profesionales de la hostelería, restauración e incluso a todos aquellos trabajadores y empresarios del sector pesquero, incluida la distribución y comercio minorista, gracias a los que podemos disfrutar en nuestra mesa del mejor pescado. No se trata en esta ocasión de publicar una colección de recetas, sino de ofrecer toda la información necesaria para sacar el mejor provecho en nuestra alimentación de los productos que nos ofrece el mar; desde aquellas señales, fáciles de identificar y que nos indican la mayor o menor frescura del pescado, hasta la identificación de las principales especies consumidas en nuestro país, pasando por su contenido nutricional o las operaciones a realizar, previas al cocinado.



Estudio de la calidad en el comercio de Castilla-La Mancha

Las Cámaras de Comercio, la Consejería de Sanidad y la Universidad de Castilla-La Mancha acaban de publicar la obra “Estudio de la calidad en el comercio de Castilla-La Mancha”. El objetivo principal de este libro es reflejar la situación del comercio en esta comunidad autónoma con respecto a unos estándares de calidad y, conforme a los resultados, plantear una estrategia de calidad global que mejore la competitividad del comercio minorista en Castilla-La Mancha. La investigación se ha dividido en cinco capítulos, una pequeña introducción y las referencias bibliográficas. En el primer capítulo se presentan los principales argumentos teóricos que se han desarrollado durante las últimas décadas sobre la calidad del sector servicios, mientras que el segundo capítulo persigue analizar la evolución y problemática actual del sector de la distribución comercial de Castilla-La Mancha. Por su parte, el capítulo tercero plantea las principales dimensiones metodológicas que han sido definidas para abordar el trabajo de campo en las cinco provincias de esta comunidad, mientras que la parte cuarta del trabajo recoge, de manera sistemática, los principales resultados del estudio. Por último, el capítulo quinto pretende establecer las bases para la gestión de la calidad en el comercio minorista y fija las principales estrategias y recomendaciones para la gestión de la calidad en la distribución comercial de Castilla-La Mancha.



¿Cómo comemos? Cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles

La Editorial Fundamentos ha publicado “¿Cómo comemos? Cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles”, obra coordinada por Cecilia Díaz Méndez, profesora titular de Sociología de la Universidad de Oviedo. Este libro explora las pautas alimentarias de los españoles buscando la conexión entre la alimentación actual y los factores sociales que hoy condicionan la elección y preparación de los alimentos. Estos factores son referidos por las personas responsables de la alimentación en los hogares como motivadores de cambio o de permanencia de la pautas alimentarias. Todo ello muestra lo que hoy se conoce por modernidad alimentaria, un comportamiento variado y complejo donde se conjugan la tradición y la modernidad sin que por ello se pueda hablar de distorsiones alimentarias. La alimentación sigue hoy siendo central en la vida de los ciudadanos en un doble sentido, es estructurante y estructurada: es estructurante pues sirve de guía para organizar la vida doméstica y vincular a los miembros del hogar, pero también se ve afectada detectándose en ella las alteraciones provocadas por los cambios de la sociedad y del propio grupo familiar.