

### El Ministro de Agricultura y el Presidente de MERCASA presentan la Guía de Empresas y Servicios de la Red de MERCAS y el informe anual de MERCASA sobre alimentación



El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, y el Presidente de la Empresa Nacional MERCASA, Miguel Ramírez, presentaron el pasado 10 de octubre, en una rueda de prensa, dos publicaciones que acaba de editar MERCASA: la Guía de Empresas y Servicios de la Red de MERCAS; y el Informe 2002 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España.

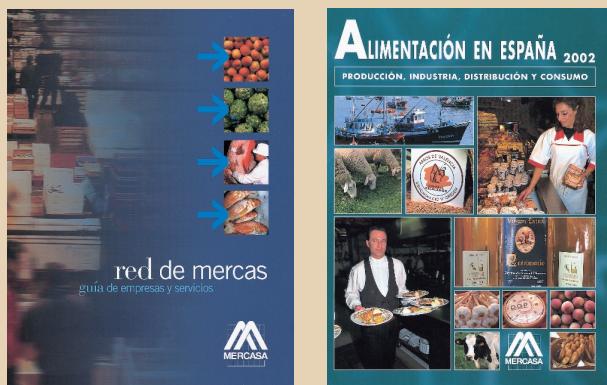
La Guía de Empresas y Servicios de la Red de MERCAS es una publicación de 700 páginas con información exhaustiva sobre el conjunto de Unidades Alimentarias y cada una de las 22 MERCAS, que refleja en profundidad la realidad actual de la mayor red del mundo de distribución mayorista de alimentación. Además, la edición en papel de la Guía de Empresas y Servicios de la Red de MERCAS va acompañada de un cd-rom que incluye los mismos contenidos.

La Guía informa sobre las estructuras de los Mercados Mayoristas y el resto de servicios de cada MERCA, recoge estadísticas sobre comercialización e incluye una relación nominal de las 3.600 empresas ubicadas en los MERCAS. Como dato más relevante, cabe destacar que la actividad comercial que se desarrolla en las 22 Unidades Alimentarias de la Red de MERCAS alcanza ya un valor anual superior a 9.600 millones de euros.

Cabe resaltar, asimismo, la evolución registrada por los MERCAS desde que se realizó la anterior edición de la Guía de Empresas y Servicios, en 1997, y la edición actual. Los volúmenes de comercialización han crecido un 6% en frutas y hortalizas -pasando de 3,9 a 4,2 millones de toneladas anuales-, un 3% en pescados -pasando de 505.000 a 520.000 toneladas- y casi un 100% en carnes, cuyas ventas anuales se aproximan ahora a 155.000 toneladas. Por su parte, el valor de la comercialización ha aumentado más de un 50% en cinco años.

Por su parte, el Informe sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España, que MERCASA viene realizando desde 1998, está recogido en un libro de 500 páginas que 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 y fiables.

Para la edición de este informe, MERCASA viene contando desde el principio con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, las Consejerías de Agricultura de las Comunidades Autónomas, las asociaciones integradas en Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, Específicas, Indicaciones Geográficas, etc.

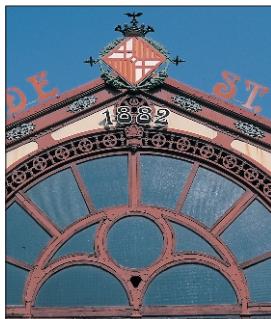


#### ► Miguel Arias: "Los españoles somos fieles a la dieta mediterránea"

El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias, aseguró durante la presentación de las publicaciones de MERCASA que los datos sobre consumo demuestran como "los españoles seguimos fielmente la dieta mediterránea, con un consumo muy elevado de frutas y hortalizas, junto al espectacular aumento de un 9% de consumo de pescado en 2001, y el gran crecimiento del 35% en el consumo de aceite de oliva virgen".

Por su parte, Miguel Ramírez, Presidente de MERCASA, resaltó que "en España contamos con un sector de producción y una industria alimentaria que están sabiendo adaptarse a las exigencias crecientes de diversidad, calidad y seguridad alimentaria"; y en relación con las pautas de consumo insistió, al igual que Miguel Arias, en los fuertes aumentos de frutas, hortalizas, pescados y aceite de oliva; destacando también la importancia creciente del consumo fuera del hogar y las exigencias cada vez mayores de los consumidores en relación con la seguridad alimentaria.

## ► MERCASA y la Diputación de Barcelona firman un convenio de colaboración para rehabilitar mercados municipales



MERCASA y la Diputación de Barcelona firmaron el pasado 26 de septiembre un convenio de colaboración, para cooperar en la rehabilitación de los mercados municipales de la provincia de Barcelona. La Diputación dispone de una línea específica de ayuda a los ayuntamientos para la dinamización de los centros comerciales urbanos, mientras que MERCASA cuenta con el Programa de Remodelación y Modernización de Mercados Minoristas Municipales, a través del cual tiene suscritos convenios con el Ministerio de Fomento y la Federación Española de Municipios y Provincias para rehabilitar mercados minoristas ubicados en edificios de especial interés arquitectónico.

## ► El Ayuntamiento de Zaragoza encarga a MERCASA el estudio de viabilidad del Mercado Central de Lanuza

El Alcalde de Zaragoza, José Atarés, y el Presidente de MERCASA, Miguel Ramírez, firmaron el pasado 17 de septiembre un convenio para realizar un estudio de viabilidad en el Mercado Central de Lanuza. El estudio analizará la situación actual del mercado, emblemático por su ubicación, su historia y sus características, teniendo en cuenta la imagen que transmite, el comportamiento de la demanda y la fidelidad actual de los clientes que acuden, entre otros aspectos. A su vez, se evaluará la posibilidad de permitir la instalación de actividades complementarias en el interior del centro.



## ► Jornada Técnica del Pabellón de España en Floriade 2002

El pasado 23 de septiembre se celebró una Jornada Técnica del Pabellón de España en Floriade, organizada por la SEEI y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, con el apoyo de MERCASA, sobre la importancia de las frutas y hortalizas en la alimentación. El acto contó con la participación de más de 100 representantes del sector y de las administraciones de los principales países europeos relacionados con las frutas y hortalizas, especialmente Holanda y España. Los diferentes ponentes, entre los que se incluía el Presidente de MERCASA, Miguel Ramírez, analizaron, en tres mesas redondas, las nuevas tendencias de consumo de las frutas y hortalizas.

## La Fundación Sabor y Salud promociona el consumo de frutas y hortalizas a través de la Vuelta Ciclista a España



La Fundación Sabor y Salud, que agrupa a empresas e instituciones relacionadas con la producción y el comercio de frutas y hortalizas, ha estado presente en la pasada edición de la Vuelta Ciclista a España, aportando todas las frutas y hortalizas consumidas por los ciclistas participantes y realizando acciones de promoción en el inicio de todas las etapas. Esta actuación ha supuesto la entrega de más de 20 toneladas de diferentes frutas y hortalizas, realizada con la participación de MERCASA, la Confederación Nacional de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas y ASPROCAN (Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias). Una campaña que fue presentada oficialmente unos días antes del comienzo de la Vuelta en un acto público que contó con la presencia del Ministro de Agricultura, Miguel Arias.

## "La economía del vino y la necesidad de una nueva ley", a debate

Con el objetivo de demandar la aprobación de la Ley del Vino, que actúe como instrumento para mejorar la competitividad del sector y como un marco jurídico que otorgue seguridad de actuación y una cierta homogeneidad a nivel nacional, la Federación Española del Vino y el Instituto de Estudios Económicos, con el apoyo de MERCASA, organizaron el pasado 15 de octubre la Jornada sobre "La economía del Vino y la Necesidad de una Nueva Ley". En el acto se analizó la situación económica del sector del vino en España dentro de un contexto de competitividad mundial creciente y se determinaron las líneas de actuación que debían seguir los bodegueros españoles para llegar con éxito al consumidor global.



### ► 30 aniversario de MAKRO en España



La cadena de distribución mayorista Makro, propiedad de la alemana Metro, celebra este año su trigésimo aniversario en España. Entre los actos programados para esta celebración, el pasado 8 de octubre se ofreció un concierto a cargo de la Orquesta de Cámara Reina Sofía, dirigida por Nicolás Chumachenco, en el Teatro Real de Madrid. Makro abrió su primer almacén en 1972 y cuenta hoy con 24 centros distribuidos por toda la geografía española, con 205.000 metros cuadrados de sala de ventas y una facturación que superará los 1.000 millones de euros en 2002. Da empleo a más de 2.500 personas y abrirá otros almacenes en los próximos cinco años. Makro vende productos de alimentación y no alimentación al por mayor a detallistas, hosteleros y grandes consumidores.

### ► Jaume Blancafort, nuevo presidente de CONFECARNE

Jaume Blancafort Portavella ha sido elegido nuevo presidente de la Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (CONFECARNE). Jaume Blancafort es presidente de la Federació Catalana de Industries de la Carn (FECIC), de la Asociació d'Industries de la Carn de Barcelona, de la Fundació d'Industries de la Carn (FIC) y de la Coordinadora Catalana d'Alimentació Animal, Producció i Transformació Avícola i Càrnica (PROCÀRNIA). Confecarne cuenta con 1.143 empresas asociadas, que emplean a 31.500 trabajadores. Las compañías asociadas a CONFECARNE reúnen una producción de 707.581 toneladas de elaborados cárnicos, un volumen de elaboración de jamón curado de 154.000 toneladas y una producción de carnes de 2,2 millones de toneladas.



### ► Buena acogida de SAL y HOREQ 2003

La buena acogida de los expositores ante la próxima edición de la Semana de la Alimentación, SAL, y la Semana de la Hostelería y el Equipamiento, HOREQ, que se celebrarán en octubre de 2003, apunta a la superación de los resultados de las anteriores ediciones. Los organizadores prevén que se ocuparán entre las dos convocatorias cinco pabellones del Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid, con una superficie bruta total de 72.200 metros cuadrados.

### ► Begoña Nieto, nueva Directora General de Alimentación

El Consejo de Ministros del pasado 4 de octubre nombró a Begoña Nieto como nueva Directora General de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cargo en el que sustituye a Francisco Simón Vila. Begoña Nieto es ingeniero agrónomo por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Madrid y funcionaria del Cuerpo de Ingenieros Agrónomos del Ministerio de Agricultura.



Su carrera profesional en el Ministerio de Agricultura comenzó en 1985, en el ámbito de control de calidad y la represión de fraudes en los alimentos. De 1994 a 1996 ocupó el cargo de Subdirectora General del Instituto de Denominaciones de Origen y fue la representante de España ante la Organización Internacional de la Viña y el Vino. A partir de 1996 ocupó el cargo de Subdirectora General de Planificación Alimentaria y en 2000 fue elegida Subdirectora General de Mercados y Producción Agroalimentaria.

### ► Entrega de los premios a los "Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra"

El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias, entregó el pasado 19 de septiembre, en un acto celebrado en Madrid, los premios a los "Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles, Cosecha 2001-2002". En la modalidad de aceites frutados verdes amargos, el jurado decidió concederle el premio a la cooperativa "Olivera de San José" de Lora de Estepa, en la provincia de Sevilla. El accésit de esta categoría le correspondió a "Hermanos Muela García" de Priego de Córdoba. En la modalidad de aceites frutados verdes dulces, resultó ganadora la Cooperativa "Nuestra Señora de la Oliva", situada en Gibralfaro, en la provincia de Huelva. El accésit de esta modalidad fue para "Aceites Fuente Grande", de la localidad cordobesa de Almedinilla. Por último, en la modalidad de aceites frutados maduros, obtuvo el galardón "Muñoz Vera e Hijos", de Cabra, en Córdoba. El aceite presentado por la "Cooperativa Agrícola y Caixa Agraria de Riudecanyes", consiguió el accésit en esta misma categoría.



► **Campaña de promoción de la Uva de Vinalopó**

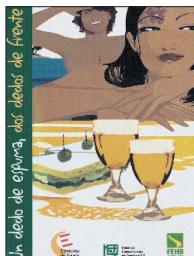


Transmitir al consumidor y al detallista la calidad y los valores diferenciadores de la Uva de Mesa Embolsada Vinalopó es el principal objetivo de la Campaña de Promoción desarrollada

esta campaña por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Uva Embolsada Vinalopó, que agrupa a más de 1.100 agricultores y comerciantes. Para ello, se está realizando una campaña de medios masivos, consistente en telepromociones en programas como "Saber Vivir" de TVE, "Día a Día" en Telecinco y en "Tele Marinera", de Canal 9. Esta campaña televisiva se acompaña de una importante labor de promoción en puntos de venta, en donde se van a repartir más de tres millones de folletos explicativos, 30.000 carteles y 5.000 recetarios.

► **Por el consumo responsable de cerveza entre los jóvenes**

La Asociación de Cerveceros de España, junto a la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Unión de Consumidores de España (UCE), ha puesto en marcha la tercera oleada de la campaña "Un dedo de espuma, dos dedos de frente", para concienciar a los jóvenes sobre la importancia de consumir cerveza con responsabilidad. Este año los canales de difusión de la campaña son el cine y las postales gratuitas o "postal free".



► **El "Club 5 al día" impulsa el debate sobre consumo de frutas y hortalizas y prevención del cáncer**

Con el objetivo de informar a la sociedad de la importancia que tiene el consumo de frutas y hortalizas en la prevención del cáncer, la Asociación "Club 5 al día" celebró el pasado 2 de octubre, en Madrid, unas jornadas en las que doctores, investigadores y expertos expusieron los conocimientos científicos al respecto y presentaron numerosas estrategias para conseguir que el mensaje de salud que se pretende transmitir sea percibido de forma efectiva por la sociedad. El "Club 5 al día" es una asociación plural, sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo trasladar a la sociedad el mensaje: "Frutas y hortalizas: 5 al día! Bueno para la salud"

► **Más de 1.400 colegios en la primera Copa Coca-Cola de fútbol**

El presidente de Coca-Cola España, Marcos Quinto, presentó el pasado 26 de septiembre la Copa Coca-Cola de fútbol, que comienza en noviembre. En esta primera edición participarán cerca de 1.400 colegios de 18 ciudades españolas y más de 24.000 chicos y chicas de entre 13 y 15 años.



► **Merck presenta en España Exfoliac, su tratamiento antiacné**



Laboratorios Merck acaba de poner a la venta en España Exfoliac, una nueva fórmula para combatir el acné que ofrece resultados visibles según los estudios clínicos realizados hasta el momento. Exfoliac, que ya está en más de quince países, se

ha convertido en Francia y en tan sólo tres años, en el remedio contra el acné más vendido y más prescrito, puesto que uno de cada cinco adolescentes lo utilizan y el 17% de los dermatólogos lo recetan. Exfoliac llega a España en cuatro formatos distintos: gel limpiador espumoso, crema 10, crema 15 y loción.

► **Nueva imagen de KH-7 Quitagrasa**

KH Lloreda ha presentado la nueva imagen de KH-7 Quitagrasa. Su fórmula química permite una limpieza en profundidad de la campana extractora, las baldosas, los fogones y el horno, así como la mayoría de electrodomésticos. Además, se puede utilizar para quitar las manchas de grasa de la ropa. KH-7 Quitagrasa está disponible en dos formatos diferenciados: pulverizador y recambio, ambos de 750 ml. A su vez, KH Lloreda ha obtenido la certificación de su Sistema de Gestión Medioambiental según norma ISO 14001, concedido por AENOR.

► **Forum de Promoción de Frutas y Hortalizas**

El Forum de Promoción de Frutas y Hortalizas en y desde España tendrá lugar los próximos días 26 y 27 de noviembre en el Palacio de Congresos de Murcia. Este forum proyectará una imagen de movilización de voluntades para divulgar mensajes y estrategias comunes en la publicidad de hábitos alimentarios con mayores raciones de frutas y hortalizas, e incluirá ponencias sobre el marco legal europeo, nacional y regional para las actividades promocionales. A su vez, también contempla la exposición de casos concretos de las marcas "de acompañamiento" españolas y de otros países y propuestas para la promoción de estos alimentos.



### ► Los "Quesos de Francia" se promocionan en Internet

Quesos de Francia ha puesto en marcha una página web en Internet con el fin de reforzar la imagen de calidad, variedad y accesibilidad de los quesos del país vecino. La dirección es [www.quesosdefrancia.com](http://www.quesosdefrancia.com) y en ella, los internautas podrán adentrarse en el universo de los quesos franceses con la ayuda de Quesi, la mascota de los Quesos de Francia en la red. La estructura del website permite obtener una completa información sobre el conjunto de los quesos franceses, sus características, anécdotas, recetas y consejos gastronómicos.



### ► "La Rioja, tierra de vino"



Con el objetivo de mostrar fuera de La Rioja las características del vino de esta región y potenciar su consumo, el gobierno de La Rioja ha puesto en marcha una exposición, dentro del marco de la presente edición de "El vino y los 5 sentidos", bajo el título

"La Rioja, tierra de vino". En ella se recrean tres espacios diferenciados en los que el visitante podrá sentir el ambiente del campo y de la bodega con sus cinco sentidos, conocer el entorno en el que se produce el vino de Rioja, y poner en práctica el proceso de elaboración de este vino. Esta exposición, además de organizarse en Logroño, se ha presentado en Oviedo durante el mes de octubre y en Viena durante el mes de noviembre.

### ► ASTI inaugura sus nuevas instalaciones

La empresa Automatismos y Sistemas de Transporte Interno, S.A. (ASTI), dedicada al diseño y ejecución de instalaciones automatizadas para el transporte y manipulación de cargas, ha trasladado su lugar de actividad a unas nuevas instalaciones ubicadas en el Polígono Industrial de Madrilejo del Monte, a 24 kilómetros de Burgos. En estos nuevos locales, dispone de 5.500 metros cuadrados para talleres, oficinas y zona de exposición, además de áreas destinadas a investigación y desarrollo, centro de documentación y formación. Con esta nueva inversión, se cubren las necesidades de crecimiento de ASTI y se da un nuevo impulso a su equipo, a la vez que se muestra la imagen de ASTI, una empresa moderna y a la vanguardia de la tecnología.



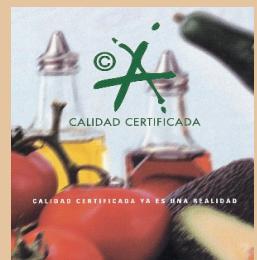
### ► ING Real Estate compra Promodeico

ING Real Estate, empresa holandesa dedicada al sector inmobiliario, ha adquirido el 70% restante de las acciones de Promodeico, promotora especializada en la construcción de centros comerciales, con lo que Promodeico ha pasado a ser compañía subsidiaria 100% de ING Real Estate. Asimismo, está previsto el proceso de integración de las compañías Promodeico, ING Real Estate Ibérica Development y Viena Inmuebles, compañía adquirida por ING Real Estate el pasado diciembre de 2001. Esta nueva sociedad operará a partir de enero de 2003 bajo el nombre de ING Real Estate Development.



### ► Campaña del distintivo de la Junta de Andalucía "Calidad Certificada"

"Llega la calidad que se sale" es el lema de la nueva campaña del distintivo de la Junta de Andalucía "Calidad Certificada", que, ha contado con un presupuesto de 756.119 euros. "Calidad Certificada" es una marca que reconoce aquellos productos agroalimentarios andaluces que cumplen unos requisitos de calidad específicos. En la actualidad, son 38 las empresas que están autorizadas para distinguir sus productos con este sello.



### ► La Universidad de Zaragoza investiga la historia del vino de Cariñena

El rector de la Universidad de Zaragoza, Felipe Pétriz, y el presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cariñena, Santiago Begué, han firmado un acuerdo de colaboración para crear una bolsa de estudio que aborde la cultura de los vinos de Cariñena desde un punto de vista histórico, artístico, geográfico, literario y, en general, humanístico. A su vez, los vinos de la Denominación de Origen Cariñena han sido, un año más, los vinos oficiales de la Vuelta Ciclista a España.



## ► Nueva galleta integral de Cuétara



SOS Cuétara ha ampliado su gama de galletas integrales con el lanzamiento de Cuétara Fibra Due, que cuenta con

un alto contenido en fibra alimentaria (9%) para favorecer la flora intestinal, y tiene L-Caritina, una sustancia que complementa los efectos de la fibra convirtiendo las grasas en energía.

## ► Bodegas Montsant saca al mercado el vino Fra Guerau 2001

Bodegas Montsant presentó el pasado mes de julio su vino Fra Guerau 2001, del que ha producido 400.000 botellas y del que espera unos ingresos de 1,5 millones de euros. Vinos del Montsant S.L. fue constituida en 2001 por los accionistas de Vitivinicultores del Priorat, sociedad que elabora vinos bajo la Denominación de Origen Priorat.



## ► Fundación Ibérica presenta su candidatura al proyecto Interreg III

La Fundación Ibérica ha anunciado su candidatura como Jefe de Fila en el proyecto Interreg III, desarrollado por la Comisión Europea. El proyecto nace para evitar que la tecnología sea una incomodidad en el mundo rural y tiene como fin valorizar el patrimonio cultural, histórico y turístico de Castilla y León y Galicia, así como de los pueblos portugueses transfronterizas.



## ► Nuevas pastas Mediterránea de Rivoire & Carret

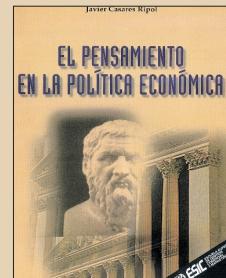


Rivoire & Carret España acaba de lanzar al mercado tres nuevas variedades de pasta: pasta a las olivas, pasta al tomate y la guindilla, y pastas al ajo y perejil, que se presentan en envases de 500 gramos. Junto a ello, Rivoire & Carret también ha puesto a la venta una gama de pasta con leche, pensada para los consumidores más pequeños.

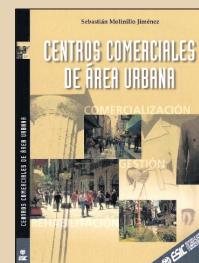
## Libros / Novedades

### ► EL PENSAMIENTO EN LA POLÍTICA ECONÓMICA

Javier Casares Ripol, Catedrático de Política Económica de la Universidad Complutense de Madrid y coordinador del Consejo de Redacción de DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO, acaba de publicar su libro "El Pensamiento en la Política Económica" (Ed. ESIC). Esta obra se aproxima a los principales enfoques teóricos en los que se ha basado la política económica a lo largo de la historia, desde el mercantilismo y los clásicos hasta la teoría de juegos, pasando por las aportaciones keynesianas y de las escuelas italiana, alemana y escandinavo-holandesa, los enfoques institucionalistas y de la teoría de la elección pública, etc. Además, dedica un capítulo final a los principales desafíos con los que se enfrenta la política económica en los albores del siglo XXI, como la globalización, la pobreza, los problemas de coordinación internacional de las políticas económicas, la pérdida de valores y de la fundamentación ética de la economía.



### ► CENTROS COMERCIALES DE ÁREA URBANA



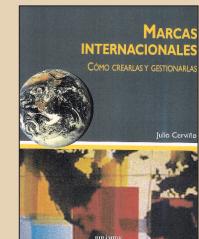
Sebastián Molinillo Jiménez acaba de publicar su libro "Centros Comerciales de Área Urbana" (Ed. ESIC). Esta obra persigue la mejora de cuestiones que afectan específicamente a la gestión individual de cada centro comercial y la reactivación de la situación económica de su entorno, abarcando todos los aspectos relacionados con el área, como la circulación, el aparcamiento, la peatonalización, el mobiliario, el ajardinamiento y la animación de calles, entre otros.

### ► EL SECTOR TEXTIL: ANÁLISIS PARA UNA ESTRATEGIA

La Universidad de Deusto, con la colaboración de la Cámara de Comercio de Guipúzcoa, acaba de publicar la obra "El sector textil: análisis para una estrategia", escrita por Cristina Aragón, María José Aranguren y Cristina Iturrioz, profesoras de la Facultad de Económicas y Empresariales de la Universidad de Deusto.



### ► MARCAS INTERNACIONALES. CÓMO CREARLAS Y GESTIONARLAS



Julio Cerviño, profesor de Marketing en la Universidad Carlos III de Madrid, y autor de diversos libros y artículos en el área de gestión estratégica de las marcas y la comercialización internacional, acaba de publicar su libro "Marcas Internacionales. Cómo crearlas y gestionarlas" (Ed. Pirámide). En esta obra se analiza la importancia de la marca en los procesos de internacionalización de la empresa, profundizando en las estrategias y políticas que éstas desarrollan para crear y mantener marcas poderosas en cada uno de sus productos y mercados.