



El 22º Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas se celebró Durban (Sudáfrica) bajo el lema "Diseño de modelos para aumentar la participación en el mercado"

El 22º Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (UMMM) se celebró en la ciudad de Durban (Sudáfrica) del 30 de septiembre al 3 de octubre de 2001 bajo el lema "Diseño de modelos para aumentar la participación en el mercado".

La UMMM integra en la actualidad a cerca de 200 mercados mayoristas de más de 50 países de todo el mundo, que comercializan frutas y hortalizas, carnes, pescados y otros productos para atender a una población de más de 850 millones de habitantes. Desde 1998, este organismo internacional está presidido por el presidente de la Empresa Nacional MERCASA, Miguel Ramírez.

A lo largo del Congreso de Durban, primero que se celebra en suelo africano, además de visitar el mercado mayorista de frutas y hortalizas de esta ciudad, se celebraron ponencias y temas de debate, en los que participaron, además de miembros y gestores de mercados mayoristas, autoridades locales y ministeriales del área de agricultura, de comercialización y de sanidad. Entre otros asunto se abordó la incidencia, retos y oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías respecto de la comercialización de productos agrarios, las formas de expandir la base de clientes de los mercados mayoristas, así como la forma de incrementar el valor de los productos y servicios de los mercados.

MERCAJEREZ organiza una carrera popular para promocionar el consumo de fruta

Con el fin de promocionar y fomentar el consumo de frutas y hortalizas entre la población más joven y lograr que tomen conciencia de las ventajas que tiene la práctica de un deporte para la salud, MERCAJEREZ ha organizado la II Edición de la Carrera Popular "Carrera de la Fruta", que se celebró el 25 de noviembre y recorrió las calles principales de Jerez de la Frontera. La participación superó en esta ocasión, como en el año anterior, el millar de personas, y los ganadores en las diferentes categorías recibieron premios en metálico de diferentes cantidades, mientras que el resto de participantes fueron obsequiados con una camiseta conmemorativa y una bolsa de regalo. Para organizar esta carrera popular, MERCAJEREZ contó con la colaboración de Coca-Cola, Cruzcampo, Caja-Sur y Plus Superdescuento.



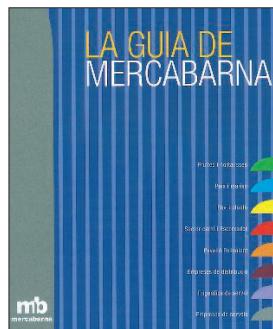
Acciones de apoyo al sector olivero

Con el fin de promover acciones que faciliten el desarrollo, promoción, modernización y mejora de la competitividad de los aceites de oliva españoles, el Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, firmó el pasado 24 de octubre un Convenio Marco de colaboración con representantes del sector productor de aceites de oliva: productores, cooperativas e industrias envasadoras. Las partes firmantes del Convenio, con una vigencia de cuatro años, prorrogables, establecerán los mecanismos necesarios para hacer frente a las dificultades del mercado del aceite de oliva. Para ello, fijarán acciones que potencien el desarrollo del sector y permitan el normal funcionamiento de las campañas oliveras. Asimismo, el Acuerdo posibilitará la normalización de la producción y comercialización de los aceites de orujo de oliva tras su vuelta al mercado.

Publicada la nueva Guía de MERCABARNA en papel y CD-Rom

MERCABARNA acaba de publicar la quinta edición de la Guía de Empresas de la Unidad Alimentaria, cuyo objetivo es favorecer el contacto de las firmas ubicadas en su recinto con sus clientes y proveedores potenciales. Esta nueva edición, además de actualizar los datos de más de 900 empresas, incluye la publicación de la guía en formato CD-Rom, lo que permite al

usuario realizar búsquedas rápidas e imprimir la información para la elaboración de envíos o listados. A su vez, el nuevo soporte informático permite también la consulta de planos de los diferentes sectores y mercados, así como el enlace con las páginas web y las direcciones de correo electrónico de todas aquellas empresas de MERCABARNA que dispongan de ellas.



Miguel Arias Cañete entrega los premios a los "Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles"



El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, entregó el pasado 22 de noviembre, en un acto celebrado en Madrid, los premios a los "Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra Españoles, Cosecha 2000-2001". En la modalidad de aceites frutados verdes amargos, el jurado decidió concederle el premio a la cooperativa "Virgen del Castillo" de Carcabuey, en la provincia de Córdoba. El accésit de esta categoría le correspondió a "Olivarera de San José" de Lora de Estepa, en Sevilla. En la modalidad de aceites frutados verdes dulces, resultó ganadora la sociedad agraria de transformación "El Labrador", situada en Fuente de Piedra en la provincia de Málaga. El accésit de esta modalidad fue para "Orobaena", de Baena, en la provincia de Córdoba. Y, por último, en la modalidad de aceites frutados maduros, obtuvo el galardón la "Cooperativa Agraria y Caixa Agraria de Montbrió del Camp". El aceite presentado por la "Cooperativa Agrícola y Caixa Agraria de Cambrils", consiguió el accésit en esta misma

El Ministerio de Agricultura concede los premios Alimentos de España 2001

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha concedido los premios "Alimentos de España" 2001, que en su XV edición, pretenden premiar e incentivar a aquellos que desde los distintos campos han contribuido con su trabajo a la promoción y el fomento de la calidad de los productos españoles. Premios de gastronomía: El premio "Alimentos de España" por las mejores acciones realizadas con objeto de potenciar el buen uso y la presentación de nuestros alimentos en la gastronomía, le ha sido concedido al restaurante "La Venta del Sotón", de Huesca, junto a un accésit al restaurante "Nou Manolín", de Alicante.

Por otra parte, el galardón dedicado a los establecimientos ubicados más allá de nuestras fronteras le ha sido concedido al restaurante "Costa Vasca", situado en México D.F.

Por segundo año se ha concedido un premio de gastronomía para restaurantes ubicados en el medio rural, en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes, y ha resultado ganador el restaurante "La Venta del Jamón" de Pravia-Llanera, en Asturias. Premios de prensa. El primer premio a la labor informativa continuada, lo ha obtenido "La Gaceta Rural", por su dilatada trayectoria, junto a un accésit a Manuel-Luis Casalderrey, por su labor educativa en materia de alimentación, en el diario "La voz de Galicia".

El galardón al mejor trabajo periodístico o literario del año 2000 ha recaído en la publicación semanal "Agronegocios", por su sección "Agrocalidad", mientras que el accésit de esta modalidad lo ha conseguido Jesús Avila Granados, por su recopilación exhaustiva acerca del olivo y la aceituna en su obra "Enciclopedia del Aceite de Oliva".

Premio de Fotografía. El jurado ha seleccionado como ganadora la obra "El azúcar: tradición y modernidad" del autor Pasquale Caprile.

Balance de ANUGA 2001: más de 6.200 expositores y 165.000 visitantes

ANUGA 2001, la gran feria de alimentación que se celebra en Colonia (Alemania) cada dos años, con el objetivo de mostrar los progresos en la fabricación de productos alimenticios seguros y promocionar el desarrollo de una alimentación sana, contó en la edición de este año, celebrada del 13 al 17 de octubre, con la presencia de 6.205 expositores procedentes de 95 países distintos. En la feria, a la que acudieron unos 165.000 compradores de 147 países, se celebraron numerosas conferencias y debates-cololoquio sobre el sector de la alimentación, destacando el 11º Foro sobre las Cadenas de Gastronomía y el Congreso sobre Convenience.

Alimentaria 2002, la más internacional

**Barcelona 4-8 Marzo / March 2002
Alimentaria 2002**

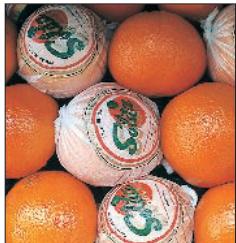
La edición de 2002 de la feria ALIMENTARIA va a ser la más internacional de su historia, porque uno de cada tres expositores procede del extranjero. Además, el certamen, que se celebrará en Barcelona del 4 al 8 de marzo del próximo año, prevé un incremento del 10% en los visitantes profesionales, hasta llegar a unos 125.000, mientras que las empresas expositoras serán 4.500.

Jornadas técnicas de la "Torta del Casar"

El pasado 18 de octubre se celebraron las Jornadas Técnicas de la "Torta del Casar" en la Casa de la Cultura de Casar de Cáceres, dentro del marco de las VII Jornadas Intersectoriales de la "Torta del Casar". Se realizaron diferentes actividades: degustaciones, cursos y talleres que muestran el proceso de elaboración artesanal de este queso. Las degustaciones estuvieron acompañadas de vinos de la Denominación de Origen "Ribera del Guadiana".



Intercitrus promociona las naranjas y clementinas españolas en la UE, el Este de Europa y Estados Unidos



Intercitrus, la Interprofesional Citrícola Española, está realizando ocho campañas de promoción de naranjas y clementinas en la Unión Europea, Países del Este y Estados Unidos para la Campaña Citrícola 2001-2002.

El objetivo de estas acciones, que se celebran por cuarto año consecutivo y cuentan con una inversión aproximada de 1.400 millones de pesetas (8,5 millones de euros), es el de promocionar el consumo de estos dos productos y difundir sus valores nutricionales y sus beneficios para la salud.

Fuerte aumento de comercialización de Cítricos Valencianos con Indicación Geográfica Protegida



La Indicación Geográfica Protegida Cítricos Valencianos cerró la campaña 2000/2001 con más de 1.800.000 kilogramos de producto comercializado, y continúa así su crecimiento en los mercados. En esta campaña el número de hectáreas inscritas fue de 4.583, lo que supone un aumento

espectacular respecto de las 645 hectáreas de la campaña anterior. En lo que se refiere al número de operadores, se ha visto duplicado pasando de los 5 almacenes de confección inscritos en la campaña anterior a los 10 de 2000/01.

Asimismo, con el fin de promocionar los cítricos amparados bajo su marca de calidad, la IGP Cítricos Valencianos ha asistido este año por primera vez a la Feria AGF Totaal de Rotterdam, una de las plataformas europeas más importantes para conocer las novedades del sector mundial de frutas y hortalizas frescas, que tuvo lugar del 17 al 19 de septiembre de 2001. Asimismo, y en este caso dentro del mercado nacional, la IGP Cítricos Valencianos ha realizado una campaña de promoción en colaboración con Carrefour.



Powerade, nueva oferta de Coca-Cola para los deportistas

Coca-Cola España ha puesto a la venta Powerade, una nueva bebida especialmente diseñada para ser consumida después de realizar un intenso ejercicio físico puesto que retrasa y reduce la posterior fatiga muscular.

Powerade se presenta en un novedoso envase de 500 mililitros, ergonómico, "exprimible" y con un tapón push & pull, todos ellos elementos que hacen más cómodo su consumo, y en dos sabores distintos: limón y frambuesa. Inicialmente, este producto se distribuirá en todos aquellos lugares en los que se practica algún tipo de deporte y, en una segunda fase, llegará a establecimientos de alimentación, estaciones de servicio y tiendas de proximidad.

El lanzamiento de este producto, con el lema "Pulveriza tus límites", se ha llevado a cabo de manera simultanea en España, Reino Unido, Irlanda, Francia, Alemania, Suecia y Turquía.



Nace hispawines.com, tienda de vinos españoles en Internet

Con el objetivo de difundir la cultura del vino por todo el mundo por medio de las posibilidades que ofrece un medio global como es el de Internet, se ha puesto en marcha el pasado mes de octubre una tienda de vinos en la red bajo la dirección www.hispawines.com. Este nuevo portal ofrece a las personas interesadas en vino un completo catálogo que reúne más de 50 vinos, de más de 30 bodegas y 16 Denominaciones de Origen, representativas de todo el territorio nacional. Junto a ello, Hispawines.com incluye un buscador que permite al usuario una localización rápida del vino o la bodega que desea, así como un simmller virtual, bajo el nombre de "Sumi", que le guiará a la hora de resolver sus interrogantes sobre qué vino elegir para las distintas ocasiones.



Tres cavas de lujo de Freixenet

Los consumidores pueden ya encontrar en el mercado los cavas de lujo de Freixenet Siglo XXI, Reserva Heredad de Segura Viudas y Reserva Real. El cava de lujo Freixenet Siglo XXI es un Brut de Reserva elaborado según el método tradicional y se presenta en botella negra y en un lujoso estuche de una o dos botellas. Por su parte, el cava Reserva Heredad de Segura Viudas está elaborado exclusivamente con vinos de las mejores añadas de las variedades Macabeo y Parellada. Y, finalmente, el cava Reserva Real fue elaborado en honor a SS.MM. los Reyes de España con motivo de su visita a los Cavas Freixenet en 1987.

■ El MAPA publica un estudio sobre la dieta mediterránea

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación acaba de publicar un libro titulado "La alimentación española en el contexto de la Dieta Mediterránea, y en el que pone de manifiesto el equilibrio en nutrientes y la diversidad de productos que componen esta dieta, así como sus propiedades en la prevención de numerosas enfermedades. Según este estudio, la dieta seguida por la población española se aproxima bastante a la dieta mediterránea siendo las comunidades autónomas que más se acercan a esta dieta la Comunidad Valenciana, Baleares, Castilla-La Mancha y Murcia, mientras que Castilla y León, Aragón, País Vasco y La Rioja son las más alejadas.



■ Más de 50.000 participantes en la Semana del Gusto

La Semana del Gusto, que en su tercera edición se celebró de forma simultánea en Madrid y Valencia, del 24 de octubre al 4 de noviembre de 2001, ha contado con la participación de más de 50.000 personas. El objetivo de esta Semana es educar y hacer reflexionar a la población sobre la importancia de la alimentación y el sentido del gusto, no sólo en su aspecto nutricional, sino también como manifestación fundamental de nuestra cultura y patrimonio, en el ámbito social, cultural, económico e histórico. Esta iniciativa está organizada por el Instituto de Estudios del Azúcar y la Remolacha (IDEAR).



■ Acuerdo de colaboración entre Salvesen Logística y Masterfrio

Salvesen Logística y Norestrans-Masterfrio firmaron el pasado mes de octubre un acuerdo de colaboración con el objetivo de reforzar ambas redes de distribución de cobertura nacional. Este acuerdo servirá para garantizar e incrementar la calidad de servicio que ofrecen ambas compañías y reforzar la posición de liderazgo de Salvesen Logística en el sector de la temperatura controlada, ofreciendo un conjunto de servicios orientados a la logística, transporte y distribución de productos alimentarios.

1/2
**VERTICAL
PUB
EUROSHOP**

► Toyota y Coca-Cola apuestan por el medio ambiente con el gas natural comprimido



Europman, S.A., distribuidor exclusivo de maquinaria industrial Toyota, y Cobega, concesionario de Coca-Cola en España han apostado por el gas natural comprimido (GNC) en las carretillas elevadoras Toyota como alternativa a los combustibles convencionales. Con esta nueva alternativa se consigue una notable mejora de la seguridad al evitar los riesgos relacionados con la sustitución de las bombonas actuales propias de los sistemas clásicos: diesel, eléctricas y propano-butano, aunque, sobre todo, supone una gran solución frente a los problemas medioambientales al reducirse el ruido y las emisiones de olores y partículas sólidas.

► Soluciones de Germark para el etiquetado de productos alimenticios

Germark, empresa dedicada al etiquetaje, ha lanzado al mercado una nueva División de Codificación para el etiquetado de productos alimenticios que permite una codificación rigurosa, una identificación automática y un intercambio de información fiable entre los distintos agentes que participan en los procesos de comercialización. Este nuevo sistema facilita a las empresas del sector de la alimentación el cumplimiento de la Norma General de Etiquetado de la Unión Europea que obliga a detallar las características, el origen y el recorrido de cada producto.

► El jamón serrano obtiene el sello de Especialidad Tradicional Garantizada

El jamón serrano ha sido el primer alimento español en obtener la etiqueta de calidad de Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), concedida por la UE. Este sello confiere al jamón serrano una seña de identidad y calidad que lo distingue del resto de jamones y supone su reconocimiento como producto único y excepcional que España ha aportado a la cultura gastronómica de la Unión Europea. Con el fin de gestionar, dirigir y velar por la utilización de este sello, así como promover e impulsar el conocimiento, imagen y consumo de este producto se ha creado la Fundación del Jamón Serrano, que garantizará la calidad y autenticidad de los jamones serranos que ostenten el sello de la ETG.



► Nestle incorpora diseños de Gaudí a sus Cajas Rojas

El grupo Nestle ha puesto a la venta la colección 2001/2002 de sus emblemáticas Cajas Rojas, que incorporan en su diseño la variedad de colores y las formas suaves características de la obra del arquitecto modernista catalán Gaudí, coincidiendo este lanzamiento con la celebración en 2002 del 150 aniversario del nacimiento del artista. Junto a ello, la colección 2001/2002 se completa con la presentación de una bombonera conmemorativa, de edición limitada, ideal para regalar o colecionar.



► Ebro Puleva adquiere el 40% de Herba



El Grupo Ebro Puleva ha adquirido el 40% de Arrocerías Herba, con lo que pasa a controlar el 100% de esta compañía, una de las principales en el sector del arroz en Europa. Esta operación, en la que el Grupo ha invertido 17.735 millones de pesetas, se enmarca dentro de la estrategia iniciada ya hace poco más de un año con la fusión entre Azucarera Ebro Agrícolas y Puleva. Junto a ello, el Grupo obtuvo un beneficio neto de 12.246 millones de pesetas en los tres primeros trimestres del año 2001, con un incremento del 23,3% con respecto al mismo periodo del año anterior. El cash flow de explotación (EBITDA) superó los 32.000 millones de pesetas, un 13,2% más que en el tercer trimestre de 2000. Por su parte, la cifra de ventas alcanzó los 287.000 millones de pesetas mientras que el beneficio por acción se situó en 119 pesetas, un 25,6% más que en el ejercicio anterior.

► La CNMV aprueba la OPA de SOS Cuétara sobre Koipe



SOS Cuétara lanzó el pasado 2 de octubre de 2001 una OPA sobre el 100% de las acciones de la empresa Koipe S.A. Con esta actuación, el grupo pretende ampliar su cartera de productos y consolidar su posición en el sector de la alimentación tanto a nivel europeo como americano. Esta operación, que pretende adquirir más del 51% de Koipe, fue aprobada por la CNMV el 14 de noviembre. La adquisición de la empresa aceitera supondrá para el grupo una deuda inmediata de 58.000 millones de pesetas, de los cuales, 26.000 millones se financiarán a largo plazo con préstamos de bancos y con fondos propios, mientras que los 32.000 millones restantes procederán de la liquidez excedentaria tanto de SOS como de Cuétara.

► Las empresas de casquería se unen en una Federación Nacional



Junto a ello, está prevista la fundación de una Asociación de Productos de Casquería que tendrá como principal objetivo el de recuperar la confianza de los consumidores en los productos de casquería que, tras la crisis de las "vacas locas" sufrieron una caída de ventas espectacular que, actualmente, se va recuperando, aunque no con la misma velocidad que la carne de vacuno.

Con el fin de defender los intereses del sector de casquería y difundir las propiedades nutricionales y favorables que estos productos tienen para la salud, se acaba de constituir la Federación Nacional de Casqueros.

► Nuevo Bio Cremoso de Clesa



Clesa ha lanzado al mercado el Nuevo Bio Cremoso Clesa con Bifidus Activo, orientado hacia los consumidores que apuestan por una alimentación sana y natural. Se presenta en tres variedades: Cremoso, Cremosos con Fresas y Cremoso con Melocotón.

► Macroestudio sobre la alimentación de los españoles en la restauración externalizada

El Instituto Europeo de Estudios de Salud Nutricional, con el patrocinio de Telepizza, ha elaborado el Macroestudio "Expert" sobre "La alimentación apetecible y saludable de los españoles en la restauración externalizada, moderna y europea (mediterránea)", en cuyas conclusiones se señala que la alimentación resulta saludable si es variada y equilibrada y que para llevar una dieta de estas características es necesario tener una educación alimentaria y nutricional adecuada.



► Premiada en Londres la Bodega Sánchez Romate Hermanos



La firma jerezana Sánchez Romate Hermanos ha sido galardonada con la medalla de oro por su botella de vino Don José en el "International Design Awards 2001", certamen celebrado en Londres para premiar los mejores diseños de botellas de vino y otras bebidas alcohólicas. El envase del vino Don José ha sido diseñado por la firma publicitaria española PCYC, y el jurado valoró sobre todo su elegancia.

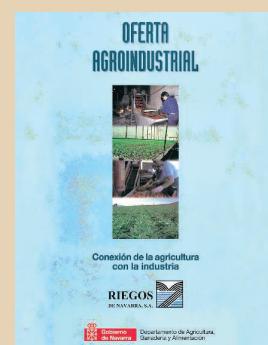
► Barloworld Finanzauto Manutención presenta la Ufs Tergo de Atlet

La División de Manutención de Barloworld Finanzauto ha lanzado recientemente al mercado español la nueva generación de la Cuatro Caminos UFS Tergo de Atlet. La nueva máquina, que destaca por su gran movilidad, ha sido diseñada para poder manipular grandes cargas en espacios reducidos. Además, destaca por sus valores ergonómicos, pudiendo mover entre 2.000 y 2.500 kilogramos y apilar hasta 10 metros. La nueva Cuatro Caminos está equipada con el apoyabrazos flotante característico de las máquinas Atlet, que evita a los hombros y la parte superior de los brazos sufrir posturas incómodas.



► Riegos de Navarra fomenta la conexión entre regadío e industria

Con el fin de fomentar una agricultura moderna, competitiva y que genere riquezas, la empresa pública Riegos de Navarra S.A., creada por el Gobierno de Navarra en 1984, ha puesto en marcha el Servicio de Oferta Agroindustrial. Este servicio, que ofrece su información a través de Internet en la dirección www.riegosdenavarra.com, promueve un desarrollo paralelo de los regadíos y las industrias facilitando la comunicación entre las zonas transformadas en regadío y la agroindustria transformadora de sus productos. A su vez, permite obtener información sobre la localización y características de cada zona regable, todo ello orientado a la posible implantación de industrias en sus proximidades, dada la importancia de un factor como el agua y la energía a la hora de planificar y decidir una inversión industrial y su emplazamiento.



► Primer hipermercado Alcampo en Barcelona capital

El primer hipermercado Alcampo de Barcelona capital abrió sus puestas el 20 de noviembre en el Centro Comercial Diagonal Mar. Este centro ha supuesto una inversión de 10.000 millones de pesetas y cuenta con una sala de ventas de 15.000 metros cuadrados, 72 cajas de salida y 4.800 plazas de aparcamiento cubierto dotado de un sistema de localización de plazas libres. El nuevo hipermercado da especial protagonismo a los alimentos frescos, que están expuestos al estilo de los mercados tradicionales, así como a las secciones de panadería, pastelería, heladería y platos preparados.

► Carrefour impulsa su marca de "Calidad Tradición"



Carrefour ha firmado un acuerdo con la empresa madrileña El Encinar de Humienta para desarrollar y comercializar carne de vacuno de alta calidad bajo los parámetros "Calidad Tradición Carrefour". Junto a ello, los 111 hipermercados del grupo han celebrado en vísperas de la campaña de Navidad la "II Edición de la Feria del Vino Carrefour", en la que la compañía ha invertido 400 millones de pesetas en la compra de 250 referencias de vino a 110 proveedores nacionales y regionales. Ambas actuaciones responden al acuerdo firmado entre Carrefour y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para la protección, promoción y comercialización de productos tradicionales españoles.

► Promoción del Kaki Ribera del Xuquer

La Denominación de Origen "Kaki Ribera del Xuquer" ha puesto en marcha una nueva campaña de promoción que cuenta con un presupuesto de 28 millones de pesetas para el ámbito nacional y otros 20 millones para la campaña en Alemania. Esta V Campaña, con el eslogan "dos formas de disfrutar del kaki", tiene como principal objetivo enseñar al consumidor a diferenciar los dos tipos de kakis existentes: clásico y persimón.

► Los champiñones y setas de Castilla-La Mancha se presentan en Madrid

El 14 de noviembre se realizó en Madrid la presentación de los champiñones y setas que se producen Castilla-La Mancha, incidiendo principalmente en su bajo contenido en grasas e hidratos de carbono, así como de su riqueza en proteínas y vitaminas que le convierten en un alimento ideal para una dieta saludable.



► Nuevo portal sobre el sector agrario y turismo rural: www.alueblo.com

La empresa Unireg Networks S.A., especializada en servicios de consultoría y cursos de formación en las pequeñas comarcas, ha puesto en marcha un nuevo portal en Internet bajo la dirección www.alueblo.com, que presenta siete secciones, desde noticias sobre el campo español hasta la posibilidad de reservar una casa rural en tiempo real comprar los mejores alimentos de calidad.

LIBROS

► Nueva edición revisada y actualizada de "La Estructura del Consumo en España", del profesor Alfonso Rebollo



El objeto del libro Estructura del Consumo en España, (2ª edición) del profesor Alfonso Rebollo –coordinador del Consejo de Redacción de DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO–, editado por el Instituto Nacional del Consumo, es el análisis del gasto privado en consumo en España en los últimos lustros, a fin de determinar cuáles son sus principales características y cuáles las tendencias de evolución para los próximos años de un fenómeno tan relevante como es el comportamiento consuntivo de los españoles. Esta segunda edición del libro es el resultado de una profunda revisión de la publicada por el mismo I.N.C. en 1983, que lógicamente ha dado lugar a un libro totalmente nuevo, aún cuando se mantiene la misma estructura básica, de manera que entre ambas ediciones es posible conocer la evolución del gasto privado en consumo en España durante los últimos cuarenta años del ya pasado siglo XX.

En el primer capítulo del libro, se examinan los aspectos condicionantes del gasto privado y se formulán los supuestos sobre el comportamiento de gasto de los individuos. En el segundo capítulo, se aborda el análisis de la demanda agregada de consumo en España. En el tercer capítulo se analiza la estructura del gasto privado en consumo en España. El cuarto capítulo se dedica al análisis de la evolución del gasto de los principales grupos de consumo. Y el último capítulo recoge las principales conclusiones obtenidas en la descripción de los comportamientos de gasto analizados en los anteriores capítulos.

► Centros comerciales: gestión y competitividad

Marta Frasquet, profesora de la Universidad de Valencia, es la autora del libro "Centros Comerciales: Gestión y Competitividad", publicado por la Conselleria d'Industria y Comerç de la Generalitat Valenciana. Este libro, resultado de una tesis doctoral, constituye uno de los primeros intentos en España de abordar el estudio del fenómeno de los centros comerciales desde una perspectiva rigurosa y científica. La obra se centra en una forma comercial innovadora y de probado éxito en el sector: el centro comercial planificado y, en ella, se recogen las principales aportaciones, tanto académicas como profesionales, que se han generado en torno a los centros comerciales.

