

## Premio Alimentos de España a ASICI por su campaña Despierta tu Sentido Ibérico



El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha concedido el premio Alimentos de España a la Promoción a la campaña “Jamones Ibéricos de España. Embajadores de Europa en el mundo”, impulsada por ASICI, con el apoyo de la UE, con la que recorre mercados estratégicos para el Ibérico como Francia, Alemania, México o China, y que gira en torno al concepto creativo “Despierta tu Sentido Ibérico”.

Según el Ministerio de Agricultura, “la campaña Despierta tu Sentido Ibérico ha sido la galardonada en la primera edición de esta modalidad, por la alta calidad técnica, la gran visibilidad e impacto en mercados nacionales e internacionales y su apuesta por la formación con la escuela de embajadores”. Adicionalmente, añade que “el

jurado también ha valorado positivamente el elevado nivel de difusión y repercusión de la campaña, en la que se ha empleado, entre otros medios, plataformas destacadas y redes sociales, así como la gran variedad de actuaciones y el compromiso con la sostenibilidad medioambiental, social y económica.

Desde ASICI reconocen que “la obtención de este prestigioso galardón motiva aún más a la organización interprofesional a seguir apostando por campañas de promoción internacional que fomenten la excelencia en la industria alimentaria española y europea, con el Jamón Ibérico como uno de los productos más emblemáticos de la gastronomía”.

## Nueva edición del libro “Distribución Comercial”

La editorial Civitas-Thomson Reuters acaba de publicar la quinta edición del libro “Distribución Comercial”, entre cuyos autores se incluyen Víctor J. Martín Cerdeño -profesor de Economía Aplicada de la Universidad Complutense- y Javier Casares Ripol -Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense-, coordinadores del Consejo de Redacción de Distribución y Consumo, junto a Evangelina Aranda García -profesora titular de Economía Aplicada de la Universidad de Castilla-La Mancha- y Javier Casares Arauz de Robles -director de una empresa multinacional-.

La quinta edición del libro Distribución comercial es completamente nueva en el fondo y en la forma siguiendo la estela marcada por la cuarta edición. La incorporación de nuevos autores y la profundización en los afanes pedagógicos y didácticos permiten abordar las continuas transformaciones del sector distributivo buscando la luminosidad en el tratamiento de los temas. Desde la perspectiva del fondo se ha pretendido conocer las nuevas orientaciones en la oferta y la demanda de servicios comerciales, en los canales de comercialización, en las estrategias empresariales y en las políticas públicas. En lo relativo a la forma se ha optado por un lenguaje didáctico con el acompañamiento de cuadros, gráficos, recuadros y casos de referencia que ayuden a comprender mejor los contenidos de lo expuesto.

El libro se estructura en tres partes y diez temas en los que se intenta espumar las quintaesencias del conocimiento del sector en las vertientes micro y macroeconómicas, empresariales y de la política económica.

Entre los muchos temas novedosos que trata el libro se pueden citar los siguientes:

- La consideración de la distribución comercial como productora de servicios.
- El impacto de las cadenas de valor en el crecimiento económico.
- El estudio del proceso de formación de los precios. Desde los precios percibidos por los agricultores y fabricantes a los pagos de los consumidores finales.
- La importancia de la civilización del deseo y la dramatización del consumo.
- La consolidación de los centros comerciales como lugares de vida.
- El enorme impacto del comercio electrónico en las ciudades, los modos de consumir...
- La complejidad de las regulaciones que afectan al sector distributivo.

