

fueron 100.176; de ellas corresponden 24.641 a medios de producción (aguas, suelos, fertilizantes, fitosanitarios, semillas, forrajes y piensos) y 75.135 a productos agrarios y alimentarios.

Las inversiones realizadas están incluidos dentro del Proyecto 0001 del Cuadro de Inversiones que se incluye a continuación y que comprende lo gastado no sólo por los Organismos sino también lo transferido a las Comunidades Autónomas.

Otras actividades a destacar, por el alto nivel de especialización que se requiere, son las relativas a la gestión de los Grupos de Trabajo de Métodos Oficiales de análisis, dentro de la Comisión Coordinadora de Laboratorios y Métodos de Análisis, cuya actividad se ha reflejado en 5^o Ordenes de Presidencia del Gobierno por las que se declaran como oficiales los Métodos de Análisis correspondientes a whisky, cerveza, ron, ginebra y aceites y grasas.

A tal efecto se celebraron 55 reuniones de Grupos y Subgrupos de Trabajo, con la participación de más de 300 especialistas en las diferentes materias, que sirvieron no sólo para aunar los criterios de los diferentes Ministerios sino que recogieron las opiniones de las Organizaciones Internacionales más representativas (OIV, AOAC, ISO, FIL, etc.).

VII.3. ORDENACION DEL MERCADO

El abastecimiento alimentario significa conseguir un adecuado equilibrio entre los recursos agroalimentarios y las exigencias de una alimentación diversificada y armónica. Por tanto, la ordenación del mercado debe orientarse al logro de dicho equilibrio.

Tradicionalmente el agricultor ha programado su producción teniendo mucho más en cuenta las condiciones de su explotación y los productos habituales de la zona que las verdaderas demandas del mercado. Por estas razones la política de mercado debe operar sobre dos colectivos con intereses muy distintos, es decir, consumidores y productores, que son los que configuran la oferta y la demanda. En consecuencia, los objetivos de la Política Alimentaria en este ámbito deben ser:

- Orientar la demanda alimentaria.
- Acercar lo más posible el productor al consumidor.

Los instrumentos utilizados para alcanzar estos objetivos son:

A) Normalización y tipificación de productos agrarios

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación estima que únicamente a través de una acción de estímulo orientada fundamentalmente hacia las entidades asociativas se podrá lograr la deseable normalización y tipificación en origen consiguiéndose así una transparencia de los canales comerciales con un doble efecto, tanto sobre el consumidor que consigue una mejor y más fiable información de lo que compra, como sobre el productor, que se integra en los canales comerciales y obtiene un conocimiento real de la oferta y la demanda. Esta acción, importante en todos los sectores agrarios, se puede considerar vital en el mercado de los productos perecederos y muy particularmente en el campo hortofrutícola. A estos efectos a través del Decreto de 8 de enero de 1985 se instrumentó el Fondo Nacional de Normalización y Tipificación de Productos Hortofrutícolas. Este Fondo Nacional, dotado este año con un presupuesto de 368,3 millones de pesetas, tiene como objetivo la concesión de préstamos a empresas públicas para que introduzcan procesos tecnológicos innovadores en la preparación de productos hortofrutícolas para su adecuada comercialización y su efecto demostración hacia las empresas privadas.

INVERSIONES EN 1985 Control de Calidad y Represión del Fraude (Capítulo VI)

A) CREDITO DISPONIBLE (millones de pesetas)

Inicial	Incorporado	Total
293,4	116,3	409,7

B) INVERTIDO EN DIVERSOS PROYECTOS (millones de pesetas)

Nº del Proyecto	Invertido por el Organismo Gestor	Transferido a C.C.A.A.	Total Invertido	Control de la Calidad y Represión del Fraude analizado en el Laboratorio Agrario
0001	53,3	39,8	93,1	Sin regionalizar varias provincias
0002	56,0	11,2	67,2	Sin regionalizar en Madrid
0003	20,6	10,0	30,6	Barcelona
0004	9,8	5,6	15,4	Burgos
0005	27,3	3,0	30,3	Cáceres
0006	5,7	11,5	17,2	Córdoba
0007	9,8	6,4	16,2	Coruña
0008	22,1	11,6	33,7	Granada
0009	28,9	—	28,9	Santander
0010	9,0	5,8	14,8	Tenerife
0011	31,0	8,8	39,8	Valencia
0012	20,6	1,9	22,5	Zaragoza
	294,1	115,6	409,7	

PRESTAMOS CONCEDIDOS DURANTE EL AÑO 1985

MERCORSA	
Alfaro (Rioja)	50.952.540
Bell-Lloc (Lérida)	52.509.809
Fraga (Huesca)	46.096.520
Mercoalméria	30.549.558
MERCASA	
Mercalicante	26.600.000
Mercasevilla	33.609.522
Mercatenerife	68.482.400
TOTAL	308.800.349

B) *Desarrollo de las relaciones intersectoriales e interprofesionales*

La implantación de régimen contractual en el sector agrario, a través de la ley 19/1982, de 26 de mayo, y del Real Decreto 2707/1983 de 7 de septiembre, no sólo persigue la finalidad de suprimir injustificados eslabones intermediarios de la cadena alimentaria, sino que, ante todo, busca dar transparencia al mercado alimentario, favoreciendo que el sector industrial y/o comercial ponga en conocimiento del productor las tendencias objetivas de la demanda, las realidades de unas preferencias de los consumidores, en tanto que él mismo dispone de información fidedigna y permanentemente actualizada de lo que el sector productor está en condiciones de poner a su disposición, para de ese modo poder adecuar sus planes y acciones a la realidad objetiva. En consecuencia se produce una aproximación de la producción, la distribución y la demanda.

El Real Decreto 2348/1984 de 28 de diciembre, definió los siete productos para los que durante dos años se podrían establecer relaciones contractuales para acogerse al régimen de la Ley 19/1982: tomate para concentrado, mandarina satsuma para industria, legumbres secas para consumo humano, leguminosas pienso, almendra, miel y lúpulo. Este hecho puede considerarse como el punto de partida para que, a lo largo de 1985, se produjera un verdadero impulso en esta materia, siendo constante el contacto tanto a nivel nacional, como regional y provincial, con los sectores productor y transformador de los siete productos inicialmente acogidos al régimen, a fin de dar a conocer la intencionalidad del mismo y los objetivos que pretende. Las intensas acciones informativas se concretarán en el establecimiento de un Acuerdo Colectivo para la mandarina satsuma.

No obstante, la lentitud del desarrollo de la implan-

tación de este régimen contractual, por el cambio de mentalidad que supone, así como el ingreso de España en la Comunidad Económica Europea, aconsejaron desarrollar la tercera modalidad prevista en la Ley 19/1982, la de reconocimiento y garantía de los contratos de compraventa ajustados a un modelo de contrato-tipo homologado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. A tales efectos se promulgó el Real Decreto 2.556/1985, de 27 de diciembre, que establece que en ausencia de un Acuerdo, Colectivo o Interprofesional, para un producto incluido entre los susceptibles de acogerse al régimen o cuando el producto objeto de contrato no esté incluido entre ellos, una Empresa o Empresas adquirentes, bien colectivamente o bien a título individual podrán solicitar la homologación de un contrato-tipo a efectos de obtener el reconocimiento y garantía del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para los contratos de compraventa que ajustados al mismo se establezcan para productos agrarios destinados, total o parcialmente, a su almacenamiento, conservación, acondicionamiento o transformación industrial.

Con este Real Decreto se posibilita el acceso a las ayudas establecidas en los Reglamentos Comunitarios para un cierto número de productos, a cuyo fin es preceptivo el establecimiento de un contrato que garantice un precio mínimo al productor.

En el marco de la promoción de las interprofesiones, y en concreto en el sector lácteo, se estimó conveniente que previamente a la constitución de una interprofesión era necesaria la elaboración y desarrollo del marco legal de un nuevo sistema de pago de la leche por su calidad. En efecto, aunque en nuestro país se contaba desde hace varios años con unas especificaciones normativas para evitar los fraudes más habituales (aguado y desnatado), no se habían establecido los baremos convenientes para lograr una apreciación de la calidad por la calidad proteínica, como tampoco por la calidad microbiológica, hecho este último que se venía traduciendo en un generalizado desinterés hacia tan fundamental aspecto cualitativo.

Para poner remedio a este negativo estado de cosas, que situaba al sector en posiciones impropias del grado de desarrollo alcanzado en otros aspectos, surgió la Orden de 27 de junio de 1985, por la que se establece el pago de la leche en función de su composición y su calidad higiénica. En ella se perfecciona el anterior criterio valorativo, en función exclusivamente del contenido en grasa, para valorar también el con-

tenido en proteínas y la calidad higiénica, arbitrándose a tales efectos un sistema de primas y penalizaciones.

C) *Campañas de Información al Consumo*

Una buena política alimentaria debe tender en todo momento a una mejor y más racional utilización de los recursos alimentarios propios. Para ello se han realizado diversas Campañas de Orientación al Consumo a las que se destinaron 358.591.805 millones de pesetas. En tal sentido en 1985 se han confirmado las acciones emprendidas para elevar el grado de conocimiento del sector consumidor sobre la leche pasteurizada, utilizando básicamente el medio televisivo. Se ha insistido igualmente en la línea de ampliación del mercado del mosto a través de televisión, radio y la edición de 60.000 ejemplares de un folleto divulgativo sobre tal producto. Por primera vez en la ejecución de las campañas reseñadas se realizaron estudios previos de caracterización del producto en el mercado, para lo cual se contrataron los servicios de empresas especializadas en el estudio de mercados. El asesoramiento de la empresa consultora se extendió a la realización de pre-test publicitario (en el que se juzgaban y seleccionaban los motivos, temas o mensajes más idóneos para alcanzar los objetivos apuntados en el estudio del perfil del producto), así como un estudio posterior para evaluar los objetivos alcanzados y puntualizar detalles a considerar en futuras campañas.

Asimismo, y dentro de las actividades promocionales, la situación excedentaria de la patata de consumo en el invierno 84/85 y el consecuente desequilibrio entre oferta y demanda, hizo aconsejable la realización de una campaña de promoción del consumo que se efectuó en radio y prensa. Finalmente, y en el marco de la normalización y tipificación de productos hortofrutícolas se han realizado campañas de información para que el consumidor conozca sus derechos a exigir distintas calidades, perfectamente determinadas y acordes con el precio que está dispuesto a pagar, utilizándose como medios la televisión, la radio y la edición de 660.000 carteles que resumen las normas de calidad. Independientemente de las citadas campañas se ha procedido a la reedición de la cartilla «Naturaleza y Alimentación» en cuantía de 45.000 ejemplares, en la que se le ofrecen al sector infantil y juvenil nociones básicas acerca del origen y características de los alimentos, con su entronque masivo en las áreas que entran en el marco de competencias del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

VII.4. LA PROTECCION DE LA CALIDAD

A) *Denominaciones de Origen.* *Otras Denominaciones*

El INDO, encargado desde su creación por la Ley 25/1970, de la protección de la calidad en materia agroalimentaria, perdió la condición administrativa de Organismo Autónomo en 1985, para pasar a convertirse en Subdirección General del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, integrada en la Dirección General de Política Alimentaria, asumiendo dicha unidad con plenitud las competencias que correspondían al Organismo suprimido.

En cuanto a las Denominaciones de Origen de vinos, se han ratificado los reglamentos de «Somontano» y de «Tierra Alta» que geográficamente se sitúan en las provincias de Huesca y de Tarragona. De igual forma, se ha procedido a ratificar el nuevo reglamento de la Denominación de Origen «Montilla-Moriles», que sustituye al aprobado el año 1977.

La lista de quesos con Denominación de Origen reglamentada se ha ampliado durante 1985 incorporándose a la misma la Denominación de Origen «Mahón» y la Denominación de Origen «Queso de Cantabria». En ambos casos el M.A.P.A., ha procedido a ratificar los reglamentos respectivos, aprobados por las Comunidades Autónomas de Baleares y de Cantabria.

En el sector del jamón curado puede considerarse el año de 1985 de gran importancia al haber entrado en vigor el primer reglamento de la Denominación de Origen, en concreto referido al «Jamón de Teruel», que protege a los jamones producidos y elaborados en esa provincia aragonesa. A ello se une la avanzada situación administrativa de la Denominación de Origen «Guijuelo» que protegerá los jamones de cerdo ibérico procedentes de esa zona geográfica salmantina.

Por otra parte, el limitado número de productos que hasta la fecha pueden acogerse al régimen de protección a la calidad que se contempla en el Título III de la Ley 25/1970 (productos vitivinícolas, sidra, aceites vírgenes de oliva, quesos, jamones curados, judías secas, lentejas, garbanzos, arroces y espárragos), se incrementó al acceder al mismo, por el Real Decreto 2671/1985, de 18 de diciembre, los pimientos.

De forma complementaria, el Real Decreto 1573/1985, de 1 de agosto, reguló las Denominaciones Genéricas y Específicas de productos alimentarios. En el mismo, se establecen precisiones sobre las defini-