

---

como Lérida y Huesca, con silencio de enfermedad desde los meses de abril y mayo.

El hecho anterior se considera que guarda íntima relación con la eliminación de animales portadores en zonas productoras de lechones que son trasladados posteriormente a cebaderos de Cataluña y Aragón, permitiendo la no presentación de focos en origen, el traslado de animales con mejores garantías sanitarias y la disminución de problemas en las explotaciones de destino.

#### 4. CRECIMIENTO DE LAS AGRUPACIONES DE PRODUCTORES AGRARIOS

Durante los últimos años, y en previsión de la incorporación de España a la C.E.E., se ha venido desarrollando una intensa actividad de promoción en el sector agrario para la constitución y/o calificación de Agrupaciones de Productores Agrarios. Esta actividad, desarrollada tanto por la Administración Central como por las Comunitarias Autónomas, se ha traducido en el acelerado incremento del número de solicitudes de calificación, que pasan de 13 anuales en los años 82, 83 y 84, a 28 en 1985 y a 78 en 1986.

La adhesión a la C.E.E. obliga a adaptar la legislación española sobre Agrupaciones de Productores a la Comunitaria, en particular en aquellos sectores en que las respectivas O.C.M. definen la figura de Agrupación u Organización de Productores. Durante 1986 se procede a esta adaptación legislativa mediante el Real Decreto 459/86, de 21 de febrero para Agrupaciones de Productores de *lúpulo*, el Real Decreto 1076/86, de 2 de mayo para Agrupaciones de Productores de *algodón*, el Real Decreto 1101/86, de 6 de junio, para Organizaciones de Productores de *frutas y hortalizas*, y el Real Decreto 2796/86, de 19 de diciembre, para Organizaciones de Productores de *aceite de oliva*.

La posibilidad de homologar las A.P.A. hortofrutícolas a las Organizaciones de Productores de frutas y hortalizas previstas en el Reglamento (C.E.E.) 1035/72, junto con el importante crecimiento de las A.P.A. antes apuntado, permite de una parte satisfacer en gran medida los compromisos establecidos en el «Programa de Acción para el sector de frutas y hortalizas», elaborado de conformidad al artículo 134 del Acta de Adhesión, y de otra disponer de los instrumentos operativos precisos para el desarrollo del Real Decreto 2340/86, de 19 de septiembre que regula la organización del mercado en el sector de frutas y hortalizas.

#### 5. NUEVO IMPULSO A LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Nuestra integración en la Comunidad Económica Europea, presentaba, necesariamente, perspectivas de comportamiento en las que la incertidumbre y la esperanza se combinaban frecuentemente. Porque nuestro sector agroindustrial, posiblemente uno de los más afectados ante la nueva coyuntura, seguía enfrentándose a un doble objetivo ya perfilado en años anteriores: continuar el proceso natural de transformación tecnológica y funcional y, al mismo tiempo, perseguir cotas más altas de competitividad con sus productos homólogos comunitarios.

Ahora bien, al repasar detenidamente la actuación en el año 1986, se puede constatar que el resultado alcanzado en la prosecución de dichos objetivos ha sido más que notable. Ello ha sido en gran parte posible, porque, una vez más, el dinamismo inversor ha desempeñado un papel de singular importancia como actividad motriz, a la par que sustentadora de las diversas iniciativas planificadoras en el sector.

En este sentido hay que destacar, muy principalmente, el fuerte impulso generado por la aplicación, en el ámbito industrial que nos ocupa, del Reglamento 355/77 (CEE) que es el instrumento catalizador de la política comunitaria para el apoyo a las empresas en la transformación y comercialización de los productos agrarios y pesqueros y cuya acogida en nuestro país se ha reflejado en una respuesta ágil y considerablemente amplia. Así lo avalan los cerca de quinientos proyectos, con 80.000 millones de pesetas de inversión total prevista, presentados durante este ejercicio en solicitud de ayudas al FEOGA, Sección Orientación.

Por otra parte, a mediados del año y en líneas de oportuna conjunción de actuaciones, aparece el Real Decreto 1462/86, de 13 de junio, con el que se pretende dar un nuevo y definitivo paso en la política de ayudas institucionales al sector industrial agroalimentario. Este Real Decreto publicado el 17 de julio tiene su completo desarrollo normativo y funcional en las Ordenes Ministeriales de 4 de septiembre y 29 de octubre, con cuyo conjunto de disposiciones se renueva y perfecciona toda la política de subvenciones, con especial énfasis en su carácter sectorial y cuyos efectos inducidos tendrán su materialización concreta a partir del próximo ejercicio.

Es importante destacar el relevante papel que toca desempeñar a las Comunidades Autónomas, cuyo protagonismo se hace evidente con la nueva normativa

en las diversas fases administrativas y de gestión de las solicitudes y las subvenciones. Esto debe promover en mayor grado las iniciativas inversoras de los administrados, por lo que ello supone de acercamiento de la Administración a su problemática particular y por la flexibilización de contactos que permite. Por último, añadir una circunstancia que sin duda ha de ser positivamente valorada por los peticionarios, como es la simplificación introducida en la documentación a presentar, lo que repercutirá en los costes de instrumentación de las solicitudes.

## **6. PUESTA EN MARCHA DE PANELES DE CONSUMO ALIMENTARIO Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE ORIENTACION AL CONSUMO**

Desde que este Departamento abordó la tarea de desarrollar una política alimentaria como complemento a la ya tradicional política agraria, se consideró imprescindible el conocimiento de datos sobre la evolución de la demanda alimentaria, sobre la influencia que los distintos factores económicos y sociales tienen sobre la misma. Datos que deberían ser actuales y de consumos reales a fin de que las acciones que de los mismos pudieran derivarse se ejecutaran a partir de una realidad de mercado y en el momento adecuado.

A los efectos descritos, en 1986 se estableció un «panel de consumo alimentario en el hogar» que consiste en una encuesta continuada en el tiempo en la que se recogen datos de 2.500 hogares y que básicamente mide, sobre más de 100 productos, los volúmenes de consumo, precios, lugares de compra, etc., con las variaciones pertinentes según distintas variables demográficas y socioeconómicas. Los objetivos concretos a alcanzar son básicamente:

- Disponer de datos reales sobre un término del balance alimentario: el consumo real.
- Estudio del comportamiento del consumidor frente a las variaciones estacionales de volúmenes y precios de productos, elasticidades directas y cruzadas, etc.
- Conocer la calidad de la dieta alimentaria según regímenes y tipología del consumidor, lo que permitirá dirigir las distintas acciones de formación e información.
- Detectar hasta que punto el consumo viene determinado por la estructura de la distribución alimentaria, lo que determinará las oportunas orientaciones de ésta.
- Conseguir en definitiva un mejor ajuste oferta-

demanda como consecuencia de unas mejores orientaciones tanto al consumo como a la producción, ya que la evolución de la demanda en última instancia debería repercutir en una ordenación de las producciones agrarias.

Durante el pasado año el «panel» permitió conocer mes a mes, las incidencias, lo que permite establecer pautas permanentes para años sucesivos. Aunque durante el período mencionado el estudio se reveló como una valiosa fuente de información que permitió la toma de decisiones de distinta índole, una característica propia de este tipo de información es que se hace más valiosa a medida que se prolonga en el tiempo y se empieza a disponer de series históricas que permitan establecer una estructura de consumo determinada.

Por otra parte la creación de un sector alimentario económicamente competitivo no sólo ha de enfocarse por lo que representa de conquistar y consolidar nuevos mercados, sino que también se justifica desde la atención debida a la demanda. En el marco sociocultural del entorno geográfico en que nos movemos es cada vez más el consumidor quien a través de una información objetiva debe ir decidiendo cómo quiere alimentarse, lo que obviamente incidirá sobre la producción, orientándola a introducir las mejoras necesarias para llegar a tener ese nivel de competitividad y de calidad que el consumidor demanda y que ahora puede conseguir más fácilmente con nuestra incorporación a mercados más amplios.

Todo ello justifica que en 1986 las campañas de información hayan presentado importantes novedades con respecto a las realizadas en años precedentes. La primera de ellas consiste en que bajo el único símbolo ALIMENTOS DE ESPAÑA se ha establecido una estrategia de comunicación única para todos los productos objeto de campaña, con lo que se pretende dar una muestra de la variedad y de la calidad de nuestros alimentos en los que confluyen nuestra historia y nuestra cultura. Es en síntesis una campaña de orientación, dirigida al consumidor, formándole por su propio interés, ofreciéndole una etiqueta uniforme de garantía y seguridad de los alimentos españoles, pero en cierta medida también va dirigida al productor, ya que en última instancia se trata de conseguir el aprovechamiento óptimo de nuestro potencial productivo.

## **7. AMPLIACION DEL REGIMEN CONTRACTUAL**

La implantación ordenada del régimen contractual