
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

en el sector agrario fue el objetivo de la Ley 19/1982, de 26 de mayo, sobre contratación de productos agrarios. El Real Decreto 2707/1983, de 7 de septiembre, desarrolló la regulación específica de los contratos de compraventa formalizados en el marco de un Acuerdo Interprofesional o de Acuerdos Colectivos y el Real Decreto 2348/84, de 28 de diciembre, definió los siete productos para los que durante los dos años siguientes se podrían establecer relaciones contractuales al amparo de la Ley 19/1982.

Durante el año 1986, la labor informativa y de divulgación del régimen contractual desembocó en el establecimiento de dos Acuerdos Colectivos, uno para la mandarina Satsuma con destino a gajos en almíbar y otro para alubias secas con destino a su envasado. Los ámbitos territoriales de producción fueron las provincias de Castellón, Valencia, Alicante y Tarragona para la mandarina y la provincia de León para las alubias. En esta primera experiencia, los compromisos contractuales abarcaron a 4.598 toneladas de mandarina Satsuma y a 1.289 toneladas de alubias secas.

Por otra parte, la aplicación del Real Decreto 2556/85, de 27 de diciembre, que desarrolla la tercera modalidad de la Ley 19/1982, a través de la homologación directa de Contratos Tipo de compraventa, condujo a la homologación de once contratos tipo de frutas y hortalizas junto a otros cuatro sobre lúpulo, algodón, grano de soja y forrajes deshidratados. El valor de la producción amparada por los contratos tipo homologados por el MAPA se estima en 65.000 millones de pesetas, alcanzando las ayudas comunitarias a la producción contratada unos 35.000 millones de pesetas.

El importante desarrollo de esta modalidad contractual durante el año 1986 y las posibilidades de acceso a unas regulaciones del mercado más amplias durante los próximos años, animó a los sectores implicados a proponer una lista de productos susceptible de acogerse a los Acuerdos Interprofesionales o Colectivos que amplían notablemente la del Real Decreto 2348/84. El nuevo Real Decreto 2485/1986, de 28 de noviembre, incluye todas las frutas y hortalizas para industria, los frutos secos, las legumbres secas, leguminosas pienso, productos apícolas, leches de cabra y oveja para queso, trigo duro, girasol, aceitunas de mesa, lúpulo y uva para vino con denominación de origen.

Con la inclusión de estos productos, el valor de la producción contratada en el marco de Acuerdos

Interprofesionales o Colectivos, puede ascender a los 200.000 millones de pesetas en los próximos dos años, además de continuar con la tercera modalidad de la Ley 19/1982, en aquellos productos en los que no haya sido posible un mayor desarrollo de la interprofesión sectorial.

8. TERMINACION Y DELIMITACION DE NUEVOS REGADIOS

Durante el año 1986, la política de regadíos se ha centrado principalmente en dos orientaciones básicas: terminación de transformaciones en marcha y delimitación de nuevas zonas regables de interés general de la nación con criterios más ajustados. A tal fin se han realizado estudios de suelos en 1986 sobre 250.000 hectáreas para evaluar su capacidad y potencialidad para el regadío, destacando por su mayor superficie los de Riaño, Bárdenas II y los de identificación de posibles zonas regables en el centro de Extremadura.

También se ha dedicado una atención especial a las mejoras de regadíos existentes, dirigida al ahorro de agua y energía. Cabe mencionar que todas estas acciones, prácticamente, se han realizado en el marco de programas conjuntos con las Comunidades Autónomas, correspondiendo a éstas la ejecución directa.

La terminación de transformaciones ha dado lugar a una superficie equipada de nuevos regadíos de casi 15.000 ha., en tanto que la mejora de regadíos existentes ha afectado a más de 22.000 ha., en el doble aspecto de la actuación directa del MAPA y de ayuda a la iniciativa privada; siendo importante resaltar las acciones dirigidas al ahorro de agua en los regadíos tradicionales del Levante y de las Islas Canarias, así como el empleo de aguas residuales depuradas.

Durante 1986 se han declarado de Interés General para la Nación dos importantes zonas: margen izquierda del Tera en Zamora (11.000 ha. consideradas regables) y Riaño en León y Valladolid (55.000 ha. consideradas regables).

De los seis Planes Generales de Transformación aprobados mediante los Reales Decretos correspondientes destacan la superficie regable de Monegros II (Huesca y Zaragoza), de casi 66.000 ha., y la primera parte del Chanza (Huelva) con casi 5.000 ha. Cabe también mencionar, por su importancia relativa, la zona de La Palma (Tenerife), de 2.954 ha., de las que 522 son regables.