
seguido el mayor incremento, tanto en facturación como en volumen de toda su historia.

Tras la finalización del Plan de Reestructuración y Saneamiento en 1986, los resultados no se han hecho esperar, a pesar de que este año está considerado como de transición o puente, entre la etapa culminada de reestructuración y la puesta en marcha del plan estratégico 1988-1992, que marcará las líneas fundamentales de actuación de la empresa en los próximos cuatro años.

La consolidación y expansión de MERCO durante el último ejercicio es una realidad. La facturación ha alcanzado los 45.899 millones de pesetas con un volumen de productos de 1,1 millones de toneladas, frente a los 30.868 millones de pesetas y 783.000 toneladas de 1986, siempre refiriéndose a la actividad de MERCO. Si a estos datos añadimos las transacciones realizadas por las sociedades incorporadas a MERCO, entre las que destaca OLCESA, la facturación real del Grupo MERCO se sitúa en 50.469 millones de pesetas y 1,2 millones de toneladas.

Los datos tanto cualitativa como cuantitativamente permiten afirmar que el Grupo MERCO consolida su posición entre las empresas agroalimentarias más importantes del país.

En el análisis comparativo la facturación se ha visto incrementada en un 63 por 100 respecto al año anterior, mientras que el volumen transaccionado ha experimentado una subida del 62 por 100.

En el análisis por Divisiones los cereales siguen ocupando el primer lugar por tonelaje realizado con un 58 por 100 del total, mientras que en facturación este porcentaje se sitúa en el 46 por 100.

Aunque en términos absolutos el crecimiento de esta División sigue siendo muy importante, en términos relativos pierde peso al haber entrado en juego otras Divisiones como consecuencia directa de la política de desconcentración sectorial y la diversificación de actividades emprendidas por la organización.

La División Hortofrutícola sigue manteniendo su cuota de actividad ocupando el segundo lugar por volumen (242.000 tm.) y facturación (10.774 millones de pesetas).

La División de Aceites adquiere cada vez más peso dentro del Grupo, ya que su facturación ha aumentado de forma espectacular durante 1987, con 9.322 millones, lo que representa un incremento del 132 por 100 respecto al año anterior. La reestructuración y el relanzamiento de las actividades de UTECO-JAEN, llevado a cabo por MERCO, empieza a dar sus primeros resultados positivos.

Otra de las Divisiones en alza es la de oleaginosas y algodón, donde el volumen de transacciones durante 1987 alcanzó 115.000 toneladas, mientras que la facturación llegó hasta los 5.290 millones. La incorporación de OLCESA a MERCO y la gestión llevada a cabo en la sección algodonera de la C.P.A. han incidido directamente en el fuerte incremento de actividades.

El aumento general experimentado por el Grupo también se ha dejado notar en la División de Suministros Agrarios, que sigue creciendo progresivamente en los últimos años. Durante 1987 el volumen comercializado llegó a 133.000 toneladas, lo que representa un aumento del 25 por 100 respecto al pasado año, mientras que la facturación se elevó a 4.304 millones, con una subida del 16 por 100 en relación a 1986.

Por último es necesario destacar el paulatino incremento de actividades de la División de Alimentos Elaborados que en 1987 comercializó un volumen de 9.000 toneladas y una facturación de 885 millones de pesetas. La constitución de las sociedades participadas por MERCO (Indualagón, S.A.; Indunorca, S.A., y Productos Apícolas, S.A.), que han permitido incorporar a la gama de productos de la organización productos como conservas de tomate, aceitunas de mesa, miel y otras conservas vegetales, además de la actividad habitual desarrollada en el sector de concentrados y zumos de frutas por la sociedad Indulérica, Sociedad Anónima, son datos significativos que determinarán en próximos ejercicios aumentos espectaculares en este área de actividad puesta en marcha recientemente por MERCO.

5. CAMPAÑA «ALIMENTOS DE ESPAÑA» Y PROTECCION DE LA CALIDAD AGROALIMENTARIA

Las campañas de información iniciadas hace pocos años se han reforzado en 1987 con el objetivo básico de incrementar la penetración del concepto «Alimentos de España» como una propuesta de calidad, prestigio y autenticidad para determinados alimentos: leche pasteurizada, jamón curado, aceite de oliva, limón, legumbres secas y productos con denominación de origen, genérica o específica, que por poseer una calidad diferencial permiten afirmar su singularidad y distinción de otros productos sustitutivos en función de criterios objetivos.

Con un único eje de comunicación y con trata-

mientos homogéneos e interdependientes para los productos objeto de campaña se ha logrado acumular las diferentes actuaciones, evitar la dispersión de esfuerzos, informar sobre el interés del consumo de determinados productos, cuya imagen puede no estar debidamente posicionada en el mercado, difundir sus valores biológicos y nutricionales, a veces no bien conocidos incluso entre profesionales de la nutrición, todo ello en la búsqueda de una dieta equilibrada de tipo mediterráneo, tan buscada hoy en día en los países de mayor desarrollo económico.

Los propios sectores económicos del proceso (productor, transformador y comercializador) han mostrado el máximo interés en estas acciones y han colaborado económicamente para la mayor difusión de las diversas actividades programadas a todo lo largo del año.

De otra parte, el panel de consumo alimentario en el hogar establecido en mayo de 1986, cuyos datos han seguido siendo objeto de publicación y de presentación a los medios de difusión, asegura entre otros objetivos el conocimiento de la calidad de la dieta alimentaria según áreas de asentamiento y tipología del consumidor, lo que permite dirigir e intensificar las distintas acciones de formación e información de los productos incluidos en campaña.

Paralelamente se ha iniciado el desarrollo del ambicioso proyecto de implantar el distintivo «Alimentos de España» como marca genérica de calidad. La Orden Ministerial de 4 de marzo de 1987 establece los requisitos que han de reunir los productos y las empresas para la utilización del distintivo.

Por último y con objeto de potenciar el grado de conocimiento de la campaña «Alimentos de España» se convocaron y concedieron en 1987 premios en los ámbitos escolar, hostelería y restauración y prensa.

En el campo de la protección de la calidad agroalimentaria, regulada bajo el régimen de Denominaciones, las actividades realizadas en 1987 han adquirido especial relevancia.

Se ha logrado un sustancial avance con la publicación del Real Decreto 1.297/87, de 9 de octubre, por el que se incluyen las carnes frescas y embutidos curados en el régimen de Denominaciones de Origen, Genéricas y Específicas establecido en la Ley 25/1970, de 2 de diciembre. Ello va a suponer una apertura para numerosos productos cárnicos que hasta ahora eran simplemente proyectos como «carne de avileño», «pollos», «ternascos», etcétera, que vendrán a sumarse a las ya existentes en jamones curados, que a su vez se ampliarán a los productos de otras zonas del país

como la «Sierra de Huelva» y «Montanera de Extremadura».

En otros productos agrarios se han aprobado con carácter definitivo los Reglamentos de la Denominación de Origen «Pimiento del Piquillo de Lodosa» y la Específica «Espárragos de Navarra»; se han ratificado en quesos los reglamentos de la Denominación de Origen «Idiazábal» y la Genérica «Liébana», y se ha avanzado en la tramitación del origen «Baena» para aceite de oliva virgen, «Delta del Ebro» para arroz y «El Barco de Avila» para alubias.

En vinos se ha modificado el Reglamento de las Denominaciones de Origen «Cariñena», se han establecido nuevos Reglamentos para las Denominaciones de Origen «Valencia», «Alicante», «Utiel-Requena» y «Toro» y se ha prorrogado el plazo para la utilización de la Denominación «Cava» por las empresas situadas fuera de la región previamente determinada que estuvieran usando tal denominación y durante el período en que permanezca vigente la correspondiente inscripción registral regulada en el Reglamento de los vinos espumosos y gasificados.

6. NUEVOS AVANCES EN EL REGIMEN CONTRACTUAL

Las exigencias en materia de contratos de algunas Organizaciones Comunes de Mercado para diversos sectores agrarios en la CEE, que aseguran la concesión de subvenciones a la producción y la garantía de precios mínimos, han supuesto un factor impulsor del régimen contractual.

Durante 1987 se han homologado 28 contratos tipo de compra-venta, un Acuerdo Colectivo y un Acuerdo Interprofesional. El seguimiento y control de todas estas relaciones se ha efectuado mediante dos Centros Gestores, uno por cada acuerdo, diez Comisiones Interprofesionales y otras diez Comisiones de Seguimiento establecidas voluntariamente por las partes firmantes de los contratos.

Los principales productos sometidos al régimen contractual han sido las frutas y hortalizas con destino a la transformación. Entre las frutas figura: la pera, con tres destinos diferentes: almíbar, zumo y cremogenado; el melocotón, para almíbar y cremogenado; la cereza, para almíbar; la ciruela, para gasificación; la naranja y el limón, para zumos, y los higos secos para envasado y pasta. De las hortalizas destaca el tomate para concentrado, jugo, pelado entero y otros productos derivados, y la judía verde, el maíz dulce, el brócoli y la coliflor para congelación. Para alimentación del ganado,