

5. POLÍTICA DE COOPERACIÓN DEL MAPA EN MATERIA AGROALIMENTARIA

Dentro de la política del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de concertación con todos los agentes de la cadena alimentaria, durante el año 2007 se han suscrito Convenios de Colaboración con la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas, con la Confederación de Cooperativas Agrarias de España, con las Asociaciones y Federaciones más representativas de los consumidores (reseñados en el apartado anterior y en el Capítulo XI), para poder tener a todos los eslabones de la cadena como interlocutores válidos a la hora de fijar las políticas sectoriales del Ministerio que se enmarcan en la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.

6. POLÍTICA DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

6.1. Estudios

Dentro de las actuaciones comprendidas en el Convenio Específico de Colaboración entre el MAPA y la CCAE, se han realizado dos estudios para conocimiento y problemática actual de los sectores del aceite de orujo y del sector ovino:

- Actuaciones para la adaptación y desarrollo del sector ovino.
- Situación actual del sector del aceite de orujo y diagnóstico del sector cooperativo productor.

En el marco del Convenio Específico entre el MAPA y la FIAB, se han realizado dos estudios de mercado:

- La distribución alimentaria en Brasil y Colombia.
- La distribución alimentaria en Tailandia y Singapur.

Cuadro n.º 19:

Título	Objeto	Empresa	Fechas de realización
Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria	Disponer periódicamente de una serie de variables cualitativas sobre los hábitos de consumo y de distribución de todos los productos alimentarios, que completará los datos del panel de consumo del MAPA. Así como análisis específicos sobre temas monográficos de interés para el departamento.	INSTITUT CERDÁ	2007-2009
Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario Español	Elaborar índices que permitan medir de forma cuantitativa y periódica el clima de confianza de los distintos agentes participantes en el proceso de comercialización agroalimentaria.	INSTITUT CERDÁ	2006-2009
Consumo Alimentario en Hogares en España	Conocer el consumo de productos alimentarios que se realiza dentro del hogar. Estudiar la evolución de la alimentación a través de los años. Conocer la evolución de los lugares de aprovisionamiento de los productos alimenticios por los hogares. Conocimientos de los precios medios de los productos de alimentación pagados por los hogares. Toma de decisiones en política alimentaria.	TAYLOR NELSON SOFRES, S.A.	2007-2009
Consumo Alimentario Extradoméstico en España: sector HORECA	Conocer las compras de productos alimentarios que realiza el sector de la restauración comercial y el de la social o colectiva. Estudiar la evolución de la alimentación fuera del hogar a través de los años, en comparación con la que se realiza dentro del hogar. Conocer la evolución de los lugares de aprovisionamiento de los productos alimenticios realizados por ambos sectores: la hostelería/restauración y las instituciones. Toma de decisiones de política alimentaria.	NIELSEN	2007-2009

Cuadro n.º 19 (continuación):

Título	Objeto	Empresa	Fechas de realización
Consumo Alimentario Extradoméstico en España: hábitos del consumidor	Conocer el comportamiento del consumidor frente al consumo fuera del hogar. Identificar los principales factores que caracterizan los hábitos alimentarios fuera del hogar de los españoles. Realizar el seguimiento de su evolución. Conocer la importancia de los distintos tipos de establecimientos a los que acude el consumidor español.	UTE TAYLOR NELSON SOFRES, S.A. – NPD GROUP INC. SUCURSAL EN ESPAÑA, S.A.	2007-2009
Hábitos de consumo de los inmigrantes	Estudiar los hábitos alimentarios de la población inmigrante de diferente procedencia (árabe, este europeo, sudamericana y oriental) y su repercusión en el estado nutricional. Conocer qué factores (precio, tamaño, calidad, salud, etc.) influyen en las poblaciones inmigrantes y mismo lugar de residencia (ej. Comunidad de Madrid) en la elección de los alimentos que constituyen la dieta.	NIELSEN	2007
Biocombustibles: elementos para una estrategia industrial alimentaria	Proyectar la evolución a medio plazo, conocer las implicaciones generales sobre todo el aprovisionamiento y el negocio industrial para, a partir de esas premisas, apuntar los elementos esenciales de una estrategia para la industria de la alimentación (humana y animal) y bebidas.	PRODESCOM	2007
Análisis del consumo de vino en hostelería y restauración	El estudio se divide en dos lotes: Lote 1 cuyo objetivo es la determinación de una serie de variables económicas como p.ej. tamaño del mercado, caracterización establecimientos HORECA, definición de la cadena de valor, cuantificación del valor añadido/margen en la cadena, elasticidad demanda precio...	LOTE 1: PRICE WATERHOUSE COOPERS	2007-2009
	Lote 2: analiza las características de cada uno de los eslabones de la cadena, entrevistando a representantes de cada una de las etapas.	LOTE 2: TELECYL, SA	

Fuente: Elaboración propia MAPA.

6.2. Publicaciones

- La Alimentación en España 2007, con los resultados de 2006.
- Calendario y Agenda infantiles para promoción de buenos hábitos alimentarios (Convenio MAPA/FIAB).
- Hacia dónde camina la Alimentación: Tendencias de Consumo y de comercialización. El consumo de productos ecológicos.
- Hacia dónde camina la Alimentación: Tendencias de Consumo y de comercialización. Canales alternativos de distribución alimentaria.
- Hacia dónde camina la Alimentación: Tendencias de Consumo y de comercialización. El etiquetado de los alimentos.

7. PROGRAMA DE ALTA FORMACIÓN PARA GESTORES DE EMPRESAS DE LA CADENA AGROALIMENTARIA

El Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Agroalimentaria es una iniciativa del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.