



ARTURO GIL
Vicepresidente 1º de CEOE.
Presidente de la Federación de Industrias
de Alimentación y Bebidas (FIAB)

COMPITIENDO EN EL MERCADO EUROPEO

Hablar a estas alturas de lo que puede significar para los fabricantes de productos alimenticios españoles competir en el denominado Mercado Unico de la Comunidad Europea, además de ser un lugar común, es hablar ya de historia y no de hechos futuros porque para los productos de nuestro sector, en la mayoría de los casos, el Mercado Unico empezó el 1 de enero de 1986.

Desde entonces, el rápido incremento de las importaciones españolas de bienes manufacturados, de nin-

guna forma compensada por el tibio incremento de nuestra exportación, nos da una primera certeza del grado de competitividad de nuestros productos. En 1991, un 10% de nuestro consumo interno fué cubierto con productos importados y, como no todos los productos son iguales, existen ya subsectores, singularmente el de bebidas analcohólicas, en donde la importación cubre el 40% del mercado español.

Las causas que motivan la todavía escasa competitividad de nuestras producciones son conocidas y han sido analizadas en estos últimos meses en la mayoría de los foros económicos y, entre ellos, la Conferencia Empresarial que, a finales del mes de enero pasado, reunió a más de 3.000 personas representativas del mundo empresarial que aglutina CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales).

Los déficits en infraestructuras públicas, el alto coste de algunos inputs básicos como la energía o el transporte, la inexistencia de un

mercado real de trabajo, los efectos lesivos que para las industrias está teniendo la contumaz política macroeconómica implantada para cubrir el déficit público y enfriar la inflación, el desconocimiento tenido de los mercados exteriores por partir de una economía protegida, la excesiva atomización del tejido industrial, el bajo nivel tecnológico de las empresas, etc..., son todas ellas causas ciertas de la debilidad de nuestra industria.

Pero, precisamente, porque a pesar de ese entorno tan hostil, una gran parte de las empresas de nuestro sector están no sólo aguantando la defensa de su mercado sino iniciando sus salidas al exterior, hay motivos de esperanza en el futuro.

Para ello, a lo largo de los últimos años la industria alimentaria realizó un proceso de aceleración de sus inversiones sin parangón en el pasado.

La totalidad de nuestra industria invirtió en ampliar la capacidad instalada y en adecuar sus procesos tecnológicos a los más avanzados en Europa. Al menos, el aparato productivo es equiparable al de nuestros competidores. Cuando se vaya imponiendo la razón y las autoridades económicas aborden con la necesaria decisión el plan de medidas económicas y sociales que va a exigir la convergencia que exige el cumplimiento por parte de nuestro sistema económico de lo acordado en Maastricht, los altos costes financieros, tan especialmente lesivos para nuestra industria por encontrarse amortizando las inversiones realizadas, disminuirán fuertemente y el valor de la peseta se acomodará a una realidad más acorde con lo que manifiesta el déficit de nuestra Balanza Comercial.

Las circunstancias que estamos pasando son tan duras que necesariamente mejorarán en el futuro y con ello es esperable una expansión de nuestra industria alimentaria que podrá recuperar no sólo el mercado interior que hoy ha perdido, sino iniciar el incremento paulatino de la presencia de nuestros productos en los mercados de los distintos países de la Comunidad.

