



LA APUESTA MEDITERRANEA DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA

JOSEP PUXEU

Director General de Política Alimentaria

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

En la actualidad, la industria agroalimentaria española se desenvuelve en el marco definido dentro de la orientación de la Política Agraria Común (PAC), la entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea y los compromisos suscritos en el seno del GATT.

La integración de España en la UE, aun siendo significativa, no es más que uno —sin duda el más importante—, de tantos hechos dentro del contexto internacional existente, donde se impone la tendencia a la liberalización de las corrientes comerciales. La clave del nuevo marco de referencia para el desarrollo de nuestra industria es la práctica del multilateralismo y la desaparición progresiva de las barreras proteccionistas.

Las estrategias marcadas por los acuerdos internacionales y la nueva PAC obligan a la búsqueda de mayores niveles de competitividad y productividad, que permitan a los productos un mejor acceso a los mercados mediante la reducción de los obstáculos a las importaciones, una mayor competencia y la armonización de las disposiciones técnicas que pudieran convertirse en trabas a la libre circulación de mercancías.

De ahora en adelante será necesario que los directivos de las compañías estén atentos a las decisiones adoptadas en foros como el CODEX Alimentario, a las normativas medioambientales de los distintos países y a los límites de residuos en las materias primas y productos manufacturados, sin limitarse a seguir únicamente los aspectos arancelarios o tarifarios.

La industria alimentaria española ha realizado, a lo largo de estos últimos diez años de integración en la Unión Europea, un poderoso esfuerzo de modernización, ha tenido que pasar de un mercado prácticamente autárquico, con pocas exportaciones, a enfrentarse a la competencia de empresas muy preparadas, con mejores medios financieros y un mayor conocimiento del mercado.

ESFUERZO INVERSOR

De igual modo, el esfuerzo inversor realizado por la industria alimentaria española en la última década ha sido superior a la media europea, alcanzando hasta un 3,3%, y la balanza comercial después de la “debacle” inicial ha ido mejorando año tras año, llegando a un índice de cobertura actual superior al 90%.

No obstante, los esfuerzos realizados, aunque importantes, no son suficientes, y queda todavía un largo camino por recorrer. Los productores españoles tienen que afrontar el reto de modernizarse, de incrementar su productividad, de mejorar la calidad del producto y de renovar su tecnología, prescindiendo del recurso permanente a la protección de las administraciones públicas, españolas y comunitarias; aunque deban seguir utilizando, eso sí, los instrumentos públicos que están a su alcance.

Es evidente que la posición de nuestros productos en el mercado dependerá del grado de competitividad de nuestras empresas, y que éstas han de ser un motor para la creación de empleo.

A la progresiva internacionalización a la que se ve sometida la industria alimentaria, con la consiguiente ampliación del marco geográfico de desarrollo de su actividad, hay que añadir, como segundo factor clave definitorio de la realidad actual, los profundos cambios estructurales que está experimentando la cadena de distribución alimentaria, caracterizados por una disminución del número de participantes y por el cada vez más preponderante papel ejercido por las grandes empresas detallistas de distribución, que está ocasionando una creciente conflictividad que ha de ser superada tanto por la vía del diálogo como por la vía legislativa (Art. 18 de la nueva Ley de Comercio).

El futuro del sector agroindustrial dependerá de su capacidad de adaptación a estos dos factores de cambio.

La adopción de las medidas necesarias para mejorar la posición competitiva del sector, tanto a nivel horizontal en el nuevo escenario internacional, como vertical en relación con la producción y la distribución, tiene que basarse, en primer lugar, en un conocimiento exhaustivo—cuantitativo y cualitativo— de sus características.

Ser consciente de las debilidades y potencialidades de este sector significa estar en disposición, primero, de defender los flancos más vulnerables y, segundo, de impulsar los subsectores que presenten unas condiciones más favorables para convertirse en puntas de lanza de la agroalimentación nacional.

El mayor problema, no sólo de la industria agroalimentaria sino también del sector primario, es la necesidad de modernizarse. La revolución que han sufrido las estructuras agroalimentarias en los últimos años hace que este sector sea hoy completamente distinto al de hace muy poco tiempo.

CLAVES DE FUTURO

Un cambio de escenario del que se desprenden, como claves básicas de cara al futuro, la modernización y la mejora de competitividad de todo el sistema agroalimentario, en el que se incluye un conjunto de actividades con alta dependencia mutua, que deben abordarse conjuntamente y que confieren a este sector un enorme peso específico en el conjunto de la economía española, tanto en términos de producción como de empleo, o de valor estratégico de cara al consumo.

La industria alimentaria es uno de los sectores estratégicos de nuestro país y, de hecho, el primer sector industrial, con cerca de 7 billones de facturación, lo que viene a representar aproximadamente el 19% de la producción bruta industrial, el 15% del valor añadido y el 17% del empleo industrial, con más de 400.000 puestos de trabajo.

A estos datos macroeconómicos hay que añadir, además, un fuerte componente social, porque la actividad industrial agroalimentaria es un factor clave en el desarrollo rural, al ser gran consumidora de “inputs” agrarios y pesqueros. Más del 80% de la producción agraria española es transformada por este sector, por lo que juega un papel irremplazable para la animación económica de las áreas rurales, directamente o a través de incrementos del valor añadido de los productos agrarios y pesqueros.

CAMBIOS EN EL CONSUMO

El comportamiento dinámico del sector en los últimos años ha permitido la adecuación a los hábitos cambiantes de los consumidores españoles que sólo durante los años 1994 y 1995, según el panel de consumo que elabora el Instituto Nielsen para el MAPA, ha descendido del orden del 3% anual en volumen y ha crecido un 2% en valor, tendencia que parece mantenerse para el futuro inmediato.

Si el consumidor más cercano disminuye su capacidad de compra en volumen y cambia hacia productos más elaborados o de mayor valor unitario, y la distribución y los nuevos hábitos de compra no son ajenos al fenómeno, la industria debe dar respuesta de forma prácticamente inmediata.

En la coyuntura actual es imprescindible abordar el fenómeno de la internacionalización para consolidar posiciones en el mercado de la UE y del resto del mundo.

Adicionalmente habría que señalar que la industria agroalimentaria se mantiene más estable en los periodos de recesión económica que otros sectores industriales, más sometidos a las fluctuaciones de la economía.

La sensibilidad de la demanda de alimentos a las variaciones de la renta es inferior a la de otros bienes de consumo, lo que supone, obviamente, una cierta garantía para la actividad de la industria agroalimentaria, tanto para el mantenimiento del empleo como de la capacidad inversora.

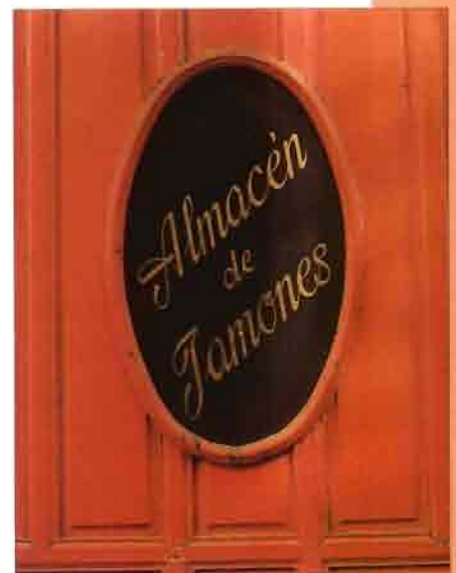
Tenemos todavía reciente la crisis económica de 1993, un año en el que el número de personas ocupadas por la industria agroalimentaria permaneció prácticamente estable, y continuó el dinamismo inversor en torno a 200.000 millones de pesetas, cantidad que se venía invirtiendo en los años previos a la crisis.

COMERCIO EXTERIOR

También en 1993 cambió la tendencia de la balanza comercial y por primera vez en los últimos años las exportaciones crecieron más que las importaciones: mientras las ventas en el exterior aumentaron un 25%, las importaciones crecieron sólo un 13%.

Por su parte, en 1994 el sector agroalimentario exportó por un valor de 1,37 billones de pesetas, siendo las importaciones de 1,52 billones. A lo largo del mencionado año tanto las exportaciones como las importaciones se incrementaron en torno a un 16% respecto al mismo periodo del año anterior, manteniendo una tasa de cobertura del 86% que, una vez excluida la pesca, arroja como resultado una tasa positiva del 102,56%.

En el primer semestre de 1995 la tasa de cobertura aumentó en 4,7 puntos respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando el 92,7%.



CARENCIAS

Junto a estos aspectos positivos, no se puede dejar de reconocer que el sector adolece de graves deficiencias estructurales, que llevan a situar su productividad por debajo de la media comunitaria.

Su excesiva atomización —al igual que ocurre con las explotaciones agrarias—, con alrededor de 40.000 establecimientos industriales agroalimentarios, tiene un marcado carácter dual.

Basta indicar, para evidenciarlo, que el 33% de las industrias tiene menos de 20 empleados y, por otro lado, el 75% de la facturación está realizada por 500 empresas. La escasa presencia en el exterior, la dependencia tecnológica y reducido nivel de gasto en I+D (la inversión en Investigación y Desarrollo por unidad de producto en la industria alimentaria es inferior al conjunto de la industria manufacturera y a la media comunitaria del sector alimentario), la mínima inversión en formación de personal, la imagen de marca, los tipos de interés en España o la apreciación de la moneda, son factores que inciden de forma negativa.

Las empresas alimentarias tienen dificultades para adaptarse a una realidad más competitiva, por lo que precisan de una estrategia que les permita desarrollar iniciativas de ordenación sectorial. Por todo ello, se hace cada vez más necesario realizar una verdadera política industrial activa con el objetivo de conseguir la modernización de la industria y, en consecuencia, un incremento de la competitividad.

VOCACION MEDITERRANEA

La Presidencia Española de la Unión Europea y la reciente celebración en Barcelona de la Conferencia Euromediterránea, constituyen una plataforma excelente para insis-

tir en el planteamiento de una serie de cuestiones relacionadas con la alimentación mediterránea y con el protagonismo que Barcelona debe seguir adquiriendo en el estudio y promoción de la misma.

La industria alimentaria española, la gastronomía y nuestra alimentación se insertan plenamente y con un papel privilegiado dentro del contexto de la dieta mediterránea.

Es más, se puede decir sin exagerar que España es, dentro de los países del entorno, el más representativo en lo

que se refiere a la producción mediterránea, y ello, entre otros, por los siguientes motivos:

- La extensión, variedad y calidad de la producción agraria española, absolutamente típica de los países mediterráneos. En lo que se refiere al producto más característico de esta dieta, el aceite, España ocupa el primer lugar a nivel mundial en extensión del cultivo de olivar y es el mayor productor de aceite de oliva virgen.
- El desarrollo de la industria alimentaria.
- La excelente gastronomía española, que puede considerarse, gracias a su variedad climática del país, una de las primeras del mundo y, desde luego, la más variada.
- El tradicional liderazgo de España dentro de la Unión Europea en la defensa de las Denominaciones de Origen y de Calidad alimentarias.
- La larga tradición y experiencia exportadora, sobre todo en lo que se refiere en los productos hortofrutícolas.

El interés constatado de la dieta mediterránea para la salud, el papel que representa España en el consumo y producción de los productos que caracterizan este tipo de alimentación y el ya destacado interés estratégico que tiene la industria agroalimentaria en nuestro país, nos lleva inexorablemente a una conclusión elemental: hay que realizar cuantos esfuerzos sean precisos para fomentar y difundir la dieta mediterránea.

En este sentido, la ciudad de Barcelona se revela como un punto de referencia obligado en la investigación y promoción de la alimentación mediterránea. Las razones son múltiples.

Barcelona, por su importancia histórica, cultural y demográfica, es una de las principales capitales del área, con una situación geográfica estratégica en infraestructuras de servicios, desarrollo empresarial, tradición alimentaria (el 25% de la producción bruta industrial alimentaria española corresponde a Cataluña y cerca del 70% al área de Cataluña, Levante y cuenca del Ebro), proyección internacional, etcétera.

Además, existe un creciente interés compartido tanto por las instituciones y universidades como por el sector empresarial para impulsar este modelo alimentario. La inclusión en el ámbito de Alimentaria'94 de la 1ª Semana Internacional de Alimentación Mediterránea y la coincidencia de la celebración de la Feria Alimentaria'96 con el I Congreso Internacional de la Dieta del Mediterráneo, junto a la reciente creación, con sede en Barcelona, de la Asociación para el Desarrollo de la Dieta Mediterránea, que aglutina a las principales empresas nacionales de alimentación, son buena prueba de ello.

Por todo lo expuesto, es obvio que el sector está vivo, y que puede afrontar el futuro con garantías de éxito, ya que cuenta con un capital humano y una situación que deben permitirle consolidar su posición actual y crecer en nuevos mercados.

