



## Generoso García

Presidente de Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE)

**// “NUESTRA RELEVANCIA NO ES SUFICIENTEMENTE VALORADA, PERO ESPERO QUE AL CONTAR CON UNA VOZ UNITARIA DE TODA LA INDUSTRIA, ESTA SITUACIÓN MEJORE” //**

> ¿Cuáles son los términos del acuerdo al que han llegado AICE y Asocarne para formar una estructura nueva en ANICE?

Ambas asociaciones han llegado a un acuerdo de convergencia, para lograr aunar los intereses de la industria cárnica española. Los asociados de AICE y los de Asocarne se reúnen en una única asociación con una única estructura organizativa y operativa.

Esto nos permitirá afrontar con mayor agilidad y eficacia las necesidades y retos de la industria cárnica española, en colaboración con las administraciones competentes, ante el complicado escenario económico-financiero, productivo y comercial en el que nuestras empresas tienen que operar.

> ¿Ha sido difícil el camino para conseguir una representación unitaria para defender los intereses de la industria cárnica?

No, de ninguna manera, porque este acuerdo era desde hace mucho tiempo una de las aspiraciones más deseadas por todo el sector. Como todas las operaciones de este tipo, necesita su tiempo, pero la voluntad de todos ha sido muy clara. Así, nuestro sector logra una unidad largamente esperada, a fin de presentar, junto con la Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (Confecarne), de la que formamos parte, una voz unitaria ante las administraciones públicas españolas, las instituciones

europas y organismos internacionales y los interlocutores sociales, políticos y económicos.

> Y ahora, ¿cuáles son los objetivos inmediatos de la ya constituida ANICE?

Tenemos muchos frentes que afectan de forma decisiva a nuestra actividad y en los que desde AICE estamos actuando desde hace tiempo; y ahora con el acuerdo de convergencia con Asocarne, estaremos en mejores condiciones para abordarlos.

Nos preocupan mucho las caídas en la producción y en el consumo de carnes y derivados; conseguir para nuestras empresas rentabilidad y acceso a la fi-

emblemático como el del ibérico, etc.

La industria cárnica va a continuar trabajando en líneas estratégicas como el eje exterior, eje tecnológico y de innovación y el eje de competitividad, que están fuertemente relacionadas entre sí, y que pueden permitir a las empresas encarar tanto el mercado nacional como las exportaciones con los niveles más adecuados de competitividad, salud financiera y rentabilidad, para satisfacer las demandas del consumidor y seguir creando riqueza y puestos de trabajo.

Nuestro sector ha de ganar en competitividad, tanto en la actividad exterior como en nues-

elaborados, la necesaria diferenciación por calidad, y conseguir que los precios nacionales no sean una dificultad frente a nuestros competidores de la Unión Europea (UE) o de terceros países.

Todo esto enlaza con la necesidad de seguir implantando en nuestro sector la cultura de la innovación. Aunque el trabajo de investigación y desarrollo (I+D+i) es una constante por la propia complejidad tecnológica de nuestra actividad industrial, el hecho de que nuestro tejido empresarial esté constituido en gran medida, por pequeñas y medianas empresas, hace que el incrementar los índices de innovación —y por lo tanto, de competitividad— en la industria cárnica sea una asignatura en la que estamos trabajando con intensidad.

Debemos señalar igualmente la necesidad de que nuestro país se dote de estructuras administrativas ágiles y eficientes, y eso pasa tanto por unificar competencias como por rediseñar el papel del control oficial en las industrias cárnicas, que no debe ser exclusivamente sanitario, sino global, atendiendo a las nuevas necesidades y realidades de la actividad económica en la que nuestras empresas desarrollan su negocio. Requerimos igualmente que se establezcan los marcos normativos, para fomentar la buena utilización de los medios legislativos y evitar la inseguridad jurídica.

**// “LAS ORGANIZACIONES INTERPROFESIONALES SON UNA VALIOSA HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, QUE FORMAN LA PARTE MÁS IMPORTANTE DEL TEJIDO DE NUESTRO SECTOR” //**

nanciación, corregir el aumento continuo de costes, tanto en *inputs* como en energía, en costes reglamentarios, etc., conseguir unas relaciones comerciales equilibradas con la distribución, que se aprueben las nuevas normas de calidad, continuar desarrollando las exportaciones, la apertura de nuevos mercados y las estrategias de I+D, afrontar soluciones para un sector tan

mercado nacional. Esta es la clave para las industrias cárnicas de cara al futuro. Por ello, vamos a seguir volcados en conseguir que nuestras empresas tengan estructuras productivas, comerciales y financieras cada vez más rentables y competitivas a la hora de encarar la lucha frente a otros productos o tendencias, mediante la valorización de nuestras carnes y productos

Es también importante reseñar el papel relevante que pueden tener las organizaciones interprofesionales (de las que en nuestro sector tenemos ya dos, para el cerdo blanco y el cerdo Ibérico) como una valiosa herramienta de competitividad para las pequeñas y medianas empresas, que forman la parte más importante del tejido de nuestro sector.

> La cifra de negocio de la industria española de carne supone prácticamente el 2% del PIB total nacional a precios de mercado y el 14% del PIB de la rama industrial. ¿Cree que el apoyo de la Administración al sector está a la altura del peso que soporta en la economía?

Nuestro sector es el cuarto sector industrial del país, sólo por detrás de los gigantes industriales del automóvil, la energía y los combustibles, pero nuestra relevancia no es suficientemente conocida y valorada, pero espero sinceramente que, a partir de ahora, al contar con una voz unitaria de toda la industria, esta situación mejore.

> La necesidad de la internacionalización de las empresas del sector para incrementar sus ventas es una pieza clave, estratégica diríamos, para su pervivencia. ¿Qué mercados están en el punto de mira para elevar aún más el nivel de las exportaciones?

Como bien dice, el comercio exterior es esencial para el equilibrio económico de nuestros sectores, porque el potencial de producción de la cadena cárnica, junto a la madurez de nuestro mercado interno, hacen necesario ser más eficaces en la exportación. Para abrir países a nuestras exportaciones se requiere la acción coordinada de diferentes departamentos ministeriales, desde Asuntos Exteriores hasta Medio Ambiente y Medio Rural, Sanidad o Comercio.

Consideramos fundamental que se destinen todos los medios necesarios para la apertura y con-



**// “PARA ABRIR PAÍSES A NUESTRAS EXPORTACIONES SE REQUIERE LA ACCIÓN COORDINADA DE DIFERENTES DEPARTAMENTOS MINISTERIALES, DESDE ASUNTOS EXTERIORES HASTA MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL, SANIDAD O COMERCIO” //**

solidación de los nuevos mercados. Todos los mercados son necesarios para nuestros exportadores. Hay que ser más eficaces y ágiles en la apertura de estos países, eliminando los obstáculos al comercio que habitualmente se producen. Debe lograrse la acción conjunta y coordinada de los Ministerios competentes, y una mayor actividad de las Oficinas Comerciales. Y además es necesario dotarse de una estrategia de apoyo firme a los exportadores y sectores en los mercados que se vayan abriendo, a través de los organismos públicos de promoción exterior, esencialmente el ICEX, con la definitiva puesta en marcha de los planes sectoriales de exportación que nuestras empresas esperan.

> Las exportaciones de carnes son mayores que las de elaborados. ¿A qué se debe y en qué se ha de trabajar más para que el porcentaje de ventas de productos cárnicos elaborados siga creciendo como lo atestiguan los últimos ejercicios?

Es lógico que así sea, al menos en las primeras etapas, ya que las carnes son productos más demandados, se utilizan también como materia prima en los países compradores, son generalmente productos de menor valor añadido, etc. Pero nuestros elaborados están siguiendo una progresión muy interesante en muchos mercados. Tenemos que “enseñar” a esos consumidores que no conocen nuestros productos el valor de la calidad de los elabo-

rados españoles; ahí nuestra arma es la calidad y la diferenciación, pero las barreras culturales existen y hace falta una tarea coordinada de todos para avanzar.

> Respecto a los acuerdos de asociación de la UE con países terceros y sobre todo el avance de las negociaciones con Mercosur, ¿cuáles son los retos que deben superar para no perder competitividad?

Con los países en desarrollo y algunos de los grandes productores mundiales de carne, la estrategia de la UE no puede ser luchar con sus mismas armas, porque sus condiciones productivas, laborales, medioambientales, etc. no son mas mismas, con diferencia. Aquí, tenemos que defender el modelo de producción europeo, con los niveles de trazabilidad, control y seguridad alimentaria más altos del mundo.

Por otro lado, es fundamental exigir que todos los productos cárnicos que se comercialicen en los mercados europeos procedentes de terceros países tengan las mismas exigencias higiénico-sanitarias y de control que han de cumplir nuestras industrias. Exigimos las mismas condiciones para poder competir en igualdad de condiciones.

> ¿Cuáles son las perspectivas de importaciones españolas de productos cárnicos en los próximos años?

Las importaciones están creciendo también en los últimos años; en un mercado abierto eso es inevitable, aunque hay que decir que hablamos de cifras mucho más modestas que nuestras ventas exteriores. En porcentaje crecen en algunos productos más que las exportaciones; en valor, el comportamiento es mucho más positivo para nosotros. Por ello, la tasa de cobertura del sector mejoró el pasado año aún un poco más y se situó en el 229%.