

El valor añadido de las producciones agrarias, alternativa para lograr mayores niveles de renta

VII Jornadas Técnicas de Transformación y Comercialización de Productos Agrarios de COVAP

El valor añadido de las producciones agrarias es la alternativa principal para conseguir mayores rentas y mejores niveles de vida dentro del sector primario. Esta es la principal idea lanzada por Tomás Aránguez, presidente de COVAP (Sociedad Cooperativa Andaluza Ganadera del Valle de los Pedroches) en las VII Jornadas Técnicas de Transformación y Comercialización de los Productos Agrarios celebrada recientemente en Pozoblanco (Córdoba), organiza-

das por COVAP y clausuradas por el presidente de Banesto, Alfredo Sáenz.

En estas jornadas se analizan las inquietudes que preocupan a los productores agroganaderos, ya que la fuerte tendencia a la globalización de la economía y de la producción en los aspectos financiero, industrial y de la distribución obliga a replantearse la situación actual y las estrategias de futuro. La protección arancelaria está cayendo, sobre todo, en el sector agroalimentario. En los últimos años ha bajado de un 50 a un 4% y la Ronda del Milenio reivindica la desaparición total de las barreras arancelarias.

Esas soluciones de futuro pasan por adaptar la agricultura andaluza a un proceso de modernización capaz de fortalecer la competitividad en mercados interiores y exteriores y mejorar la productividad. Para ello, según expuso Luis Carreto, presidente de la Confederación de Empresarios de Córdoba, en la Mesa sobre "El marco operativo de la UE para el 2000/06", la agricultura debe cubrir las nuevas necesidades de calidad que exige el consumidor, el respeto al medio ambiente y el



Tomás Aránguez, presidente de Covap durante las conferencias.



Miguel Ángel Díaz Yubero dirigiéndose a los asistentes.

bienestar de los animales. Para ello, abogó por certificados de garantía vinculados al origen geográfico (Denominaciones de Origen), los nuevos métodos de producción naturales (agricultura ecológica) y la aplicación de desarrollos tecnológicos a la producción agraria (agricultura ecológica).

En la Mesa sobre "La participación de los productores agrarios en el valor añadido" Fernando Toscano, director general de Cooperativas de la Consejería de Trabajo e Industria de la Junta de Andalucía, cree que el futuro pasa por cooperativas cada vez más fuertes que puedan realizar la transformación de los productos y su posterior comercialización.

Durante la Mesa sobre "El tamaño, la dimensión, la marca y la

innovación de la empresa agroalimentaria", Jorge Jordana, secretario general de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas, afirmó que sólo las grandes corporaciones pueden acceder al mercado global, ya que considera que el mercado local está saturado. Para abrirse a mercados terceros citó tres factores clave: la personalización de modos de alimentación (alimentos foráneos, comidas étnicas, etc.); la vuelta a las raíces (comida tradicional o cocina de la abuela) y la relación nutrición-salud, donde destaca las ventajas de la dieta mediterránea.

Otro aspecto en el que incidió Jordana es que para acceder a esos mercados hay que "ganar dimensión" a través de alianzas o fusiones, mediante compras estratégicas y ampliaciones de la estructura cooperativa.

En la misma Mesa, Miguel Ángel Díaz Yubero, director general de COVAP, cooperativa que facturó más de 25.000 millones de pesetas en 1999, con unos beneficios de 900 millones, consideró, sin embargo, el territorio local como algo fundamental frente a lo que denominó un fenómeno de "ame-

ricanización de la sociedad». Destacó el enorme marco económico que supone la UE, con un valor agroalimentario de 600.000 millones de euros y dos millones y medio de trabajadores.

Ante una competencia fuerte y un mercado cada vez más sofisticado, es necesario que las empresas se adapten a toda prisa. Frente a esto propone un proyecto creíble, un equipo fuerte capaz de romper barreras y mover recursos y con capacidad de liderazgo.

Yubero considera que los elementos para transformar una empresa pasan por «la visión de futuro, con pasos firmes y sólidos; por un compromiso con el equipo de trabajo, con los clientes y con los cooperativistas». Yubero definió COVAP como una empresa innovadora (posee una planta de mezcla, laboratorio, producción de carne, corderos y terneros), que está muy vinculada al territorio, posee un fuerte compromiso social, es un proyecto ilusionante y de futuro, y lo que consideró más importante: posee gran capacidad de liderazgo.

Entre los compromisos, el más ambicioso que citó Yubero fue «liderar el movimiento cooperativo en Andalucía».

Otras empresas analizadas durante las Jornadas fueron Campofrío, una de las compañías españolas que en los últimos 20 años se han instalado en diversos mercados de países emergentes. Y Danone, una de las empresas agroalimentarias del mundo que más inversiones destina a la investigación y el desarrollo, y que tiene más experiencia en la innovación de productos. ■ Ceres Comunicación.



Jorge Jordana, secretario general de la FIAB, en una de sus intervenciones (3ª por la izda.).