

# **Política alimentaria**

# Política alimentaria

La finalidad principal de la Política Alimentaria es obtener el correcto abastecimiento, en cantidad y calidad, de los alimentos que necesitan los habitantes de un país, al mismo tiempo que se satisfacen las demandas para exportación. Se trata de conseguir no solo el nivel adecuado de suministros alimentarios sino de llegar a una relación calidad/precio que satisfaga los justos intereses de todos los sectores participativos en los procesos de producción, comercialización y distribución de los productos alimenticios.

- Obtener cantidades suficientes pero no excedentarias (adecuación de la oferta a la demanda).
- Disponer de calidades correctas, estrechamente relacionadas con los precios (normalización de productos y fomento de la calidad).
- Vigilancia y control de los productos alimenticios comercializados así como de los circuitos de distribución (protección de los consumidores).
- Disponer de productos alimenticios en cantidad adecuada representa conseguir el equilibrio entre los recursos agroalimentarios y satisfacer al mismo tiempo, las exigencias de una alimentación adecuada por toda la población del país. Esa búsqueda del equilibrio producción-consumo pasa evidentemente por el ajuste oferta-demanda.

## MERCADO ALIMENTARIO

La ordenación del mercado alimentario tiende a producir como efecto inmediato un equilibrio de los recursos agroalimentarios, en base a su utilización integral, en tanto que permite un reforzamiento de las rentas de los agricultores y un abastecimiento satisfactorio para los consumidores.

Las posibles actuaciones sobre el mercado alimentario, a fin de lograr su adecuada ordenación, se inscriben en las siguientes coordenadas:

### a) Oferta

El agricultor y el ganadero con frecuencia se olvidan del principio básico de que se debe producir para vender, lo que exige dedicar un esfuerzo complementario para satisfacer la demanda de otras personas que pueden tener apetencias diferentes a las suyas propias. Aquellos desconocen casi siempre el destino de sus productos y se mantienen ausentes de los circuitos comerciales, ignorando el destino final de los mismos, por lo que rara vez puede sintonizar directamente con la demanda.